



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ.

La Redacción Comercial en la Función Secretarial. Aplicada en el Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Año 2018.

AUTORA:

Reyes Tapia Jennifer Lysbeth.

Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo.

Carrera de Secretariado Bilingüe.

MANTA, FEBRERO 2018.

Tema:

“La Redacción Comercial en la Función Secretarial. Aplicada en el Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Año 2018”

Certificación del autor.

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICACIÓN CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO.	REVISIÓN: 1
		Página II de 75

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de **80** horas, bajo la modalidad de presencial, cuyo tema del proyecto es **“La Redacción Comercial en la Función Secretarial. Aplicada en el Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Año 2018.”**, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a la señorita **Reyes Tapia Jennifer Lysbeth**, estudiante de la carrera Secretariado Bilingüe, período académico 2017-2018, quien se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 19 de febrero de 2018.

Lo certifico,

Lic. Sobeida Álava De la Cruz
Docente Tutor(a)

Aprobación del trabajo.

TRIBUNAL

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ.

Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo.

Miembros del tribunal examinan y aprueban el proyecto de investigación con tema:

La Redacción Comercial en la Función Secretarial. Aplicada en el Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Año 2018.

Para su constancia firman:

Tribunal examinador

Tribunal examinador

Tribunal examinador

Autoría.

La suscrita Reyes Tapia Jennifer Lysbeth, portadora de cédula número **131497662-0**, hace constar que es autora del Proyecto de Investigación científica titulado: **“La Redacción Comercial en la Función Secretarial. Aplicada en el Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Año 2018”**; trabajo académico que constituye una labor investigativa personal realizada con la dirección de la asesora Lic. Sobeida Álava de la Cruz.

En tal sentido, manifiesto la originalidad del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada; además expreso que se han respetado los aportes intelectuales de otros autores y se ha hecho referencia de ellos en el texto.

Manta, febrero de 2018

Reyes Tapia Jennifer Lysbeth
AUTORA

Dedicatoria.

Dedico este trabajo a Dios, por brindarme la bendición de llegar hasta este periodo importante en lo que respecta a mi formación universitaria; a mis padres, por ser ese pilar fundamental en mi vida, por enseñarme a nunca rendirme y a luchar hasta lo último, porque gracias al apoyo incondicional de ellos y a su motivación lograré cumplir una de las tantas metas que tengo propuestas a lo largo de mi vida, ser una profesional.

A mis hermanos y amigos, quienes me alegraron y brindaron el soporte, siempre que lo necesité. Este logro también es gracias a los docentes de la facultad de Secretariado, por eso de igual manera lo dedico a ellos, por brindar sus conocimientos y alentarnos siempre que fue necesario.

Reyes Tapia Jennifer Lysbeth.

Reconocimiento.

Agradezco a Dios por haberme dado la fuerza necesaria durante estos largos años que sin duda alguna quedarán grabados dentro de mí como un tesoro preciado; a mis padres y hermanos por haberme apoyado, alentado, felicitado y adorado con y en cada una de las cosas que he venido realizando hasta ahora, por ser ese sustento que siempre he necesitado y necesitaré por lo que me resta de vida.

A mis amigos, por estar siempre brindándome su compañía, y sin duda alguna a los docentes que forman parte de tan linda facultad de Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por sus enseñanzas brindadas dentro y fuera del aula de clases, por inspirarnos y alentarnos para seguir adelante siempre y nunca rendirnos.

Agradecimiento especial a mi tutora, la Lic. Álava de la Cruz Sobeida, por estar a mi lado durante el desarrollo y elaboración de mi tesis, quien me impulsó a cumplir hasta el final lo requerido, sin rendirme en ningún momento.

Reyes Tapia Jennifer Lysbeth.

ÍNDICE

Contenido	Pag.
Tema:	I
Certificación del autor.	II
Aprobación del trabajo.....	III
Autoría.....	IV
Dedicatoria.....	V
Reconocimiento.....	VI
ÍNDICE	VII
Resumen.....	X
CUERPO DE LA INFORMACIÓN CIENTÍFICA.	1
Introducción.....	1
CAPÍTULO I	
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	8
Antecedentes Investigativos.....	8
Fundamentación Legal.....	9
Fundamentación Filosófica.....	11
CITAS TEXTUALES Y REFERENCIALES	12
Redacción Comercial	12
Concepto e importancia	12
Características.	13
<i>Características vitales o fundamentales:</i>	14
<i>Características complementarias:</i>	16
Organización del plan de redacción.	18
• La introducción.-.....	18
• El cuerpo o texto.-.....	18
• Conclusión.....	19

Estructura.....	19
• <i>Márgenes</i>	19
• <i>Espacios interlineales</i>	19
• <i>Tamaño de fuente</i>	20
Estilos de la carta.....	20
• <i>Estilo Bloque Extremo</i>	21
• <i>Estilo Semibloque</i>	21
• <i>Estilo bloque modificado</i>	21
Estilos de redacción.....	22
Recomendaciones básicas para redactar.....	22
• <i>Puntuación</i>	22
• <i>Ortografía</i>	23
• <i>Sencillez</i>	23
• <i>Coherencia y cohesión</i>	23
• <i>Evitar la redundancia</i>	23
• <i>El ritmo</i>	23
• <i>La concordancia</i>	24
Función Secretarial.....	25
Concepto.....	25
Importancia.....	26
Deontología profesional.....	26
<i>Principios generales</i>	27
• Dignidad.....	27
• Integridad.....	27
• Secreto profesional.....	27
Conocimientos que deberá aportar el profesional de secretariado.....	29
Formación académica.....	29
Técnicas secretariales.....	29
Idiomas.....	30
TIC.....	31

Técnicas secretariales.....	31
• El archivo.....	31
Organización de la agenda de trabajo.....	32
Atención al cliente.....	33
CAPÍTULO II	
DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO	34
ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS.....	44
CAPÍTULO III	
DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	46
Tema.....	46
Introducción	46
Objetivos	46
Objetivo General:.....	46
Objetivos específicos:	47
Metodología de trabajo.....	47
Recursos humanos.....	48
Recursos tecnológicos.....	48
Recursos educativos.....	48
Recursos de infraestructura y mobiliarios	49
Desarrollo de la propuesta	49
Presupuesto de la estrategia de capacitación.....	51
Cronograma de la estrategia de capacitación	52
CAPÍTULO IV	
CONCLUSIONES	53
RECOMENDACIONES	54
BIBLIOGRAFÍA	55
ANEXOS.....	57

Resumen

El presente trabajo de investigación se ha realizado con el objetivo de indagar sobre la redacción comercial en la función secretarial, en el Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, teniendo en consideración que la redacción juega un rol importante dentro de la elaboración de documentos comerciales.

La correspondencia es un medio de comunicación utilizado en el diario vivir, pero no solo se usa entre organizaciones o instituciones, sino que también forma parte de personas ajenas a las mismas; cuando se redacta el contenido de un escrito debe ser inevitable y esencial tener en cuenta que el mensaje que se quiere brindar este claro y preciso, ayudando de esa manera al lector a que comprenda rápidamente lo que se quiere hacer entender; el texto debe acomodarse de acuerdo a la situación, dependiendo del tipo de información que se quiere describir, por ello el redactor debe optar por mantener sus ideas claras antes de comenzar a emitir el mensaje.

La correcta redacción no solo ayuda con el adecuado entendimiento de texto mostrado al lector, sino que también colabora en la imagen personal y profesional, debido a que una buena escritura manifiesta que aquella persona que elabora el texto es capaz de aportar conocimientos correctos referentes al tema y proporciona un desempeño favorable dentro de la institución, contribuyendo a que la función administrativa y secretarial sea eficiente.

Para lograr el éxito del trabajo fue preciso e importante utilizar métodos como: investigativo, participativo, bibliográfico y estadístico los cuales permitieron establecer la veracidad del mismo.

Abstract

This research work has been carried out with the objective of investigating the commercial writing in the secretarial function, in the Departamento de Compras Públicas of the Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, taking into consideration that the writing plays An important role in the elaboration of commercial documents.

Correspondence is a means of communication used in the daily life, but not only used between organizations or institutions, but also part of people outside the same; When writing the contents of a paper it must be inevitable and essential to take into account that the message that is to be given this clear and precise, thus helping the reader to understand more quickly what is meant to be understood; The text should be arranged according to the situation, depending on the type of information you want to describe, so the editor must choose to keep his ideas clear before he starts issuing the message.

The correct wording not only helps with the proper understanding of the text shown to the reader, but also collaborates in the personal and professional image, because a good writing shows that the person who produces the text is able to contribute Correct knowledge concerning the subject and provides a favorable performance within the institution, contributing to the administrative and secretarial function is efficient.

To achieve the success of the work was necessary and important to use methods such as: investigative, participatory, bibliographic and statistical which allowed to establish the veracity of it.

CUERPO DE LA INFORMACIÓN CIENTÍFICA.

Introducción.

Jaramillo. (1998) manifiesta que: “La redacción es la expresión escrita de lo sucedido, acordado o pensado anteriormente, redactar bien es expresarse por escrito con exactitud, claridad, concisión y originalidad”

La redacción comercial es la habilidad para redactar comunicaciones comerciales, respetando las normas básicas para la elaboración de documentos de manera clara y precisa que favorezca el proceso de comunicación. Es un conjunto de documentos que se cruzan entre sí, los profesionales y administradores de las empresas, para tratar asuntos referentes a su trabajo o actividad comercial.

La redacción comercial en las actividades que desarrollan las empresas o instituciones en la actualidad es muy importante debido a que el objetivo de la redacción es informar o comunicar y convencer o persuadir. A nivel general las personas deben apostar al buen cuidado de la redacción comercial, propiciando que se logre dominar una apropiada ortografía por considerarse esencial al momento de redactar algún escrito.

Uno de los factores que intervienen dentro de ésta problemática, es el desconocimiento del correcto uso de algunas palabras, lo que dificulta la redacción comercial; además, el desinterés por aplicar las normas de ortografía que permitan una correcta elaboración de textos.

Para actualizar conocimientos en cuanto a la redacción comercial se debe implementar la realización de seminarios y capacitaciones, que permitan incrementar el nivel de ortografía para poder contar con excelentes redacciones; del mismo modo, lograr que genere interés por parte de las personas, que permita forjar el beneficio y esmero de éstas capacitaciones y sus ventajas hacia la redacción.

En la actualidad el estudio y dominio de la redacción en cualquier individuo es necesario, puesto que es relevante en la correcta escritura como medio de comunicación; ayuda no solo a que se desenvuelvan al momento de redactar, sino también para dar una presentación de profesionalidad, calidad y de conocimiento.

La importancia de vincular el dominio de la redacción al momento de escribir debe ser tomada con mucha atención, puesto que cualquier persona debe tener en consideración el principio de la redacción comercial como unidad integral, pensando en los aspectos favorecedores, como el otorgar carácter profesional al texto que se escribe. La redacción básica y comercial es el enfoque del aprendizaje y de la comunicación, válida en el transcurso de la formación profesional en cualquier área del saber científico, tecnológico o humanístico, pero es necesario enfatizar su pertinencia y su atención imprescindible en el proceso formativo de todos en general.

Es trascendental el manejo de la redacción, por la necesidad de que así se aprecie el conocimiento y la intelectualidad. En la redacción comercial todo va por escrito y por ese motivo todo debería ser impecable, en lo que a ortografía se refiere. Se estima a nivel mundial, que una correcta escritura amplía las oportunidades, tanto en lo laboral como en lo académico, logrando y contribuyendo a la formación de una buena imagen profesional.

Es factible porque cuenta con el aval de la universidad, debido a que se tiene el interés de mejorar en cuanto a elaboración de textos se trata, contribuyendo a que exista una correcta redacción de documentos dentro de la institución.

Según Hernández, B. (2008), “redactar es el acto humano de escribir ideas, sucesos, descubrimientos y sentimientos, que otorga la oportunidad de inmortalizar los pensamientos literarios, históricos, científicos y cotidianos que ocurren en el mundo.”

Redactar, es lograr poner en orden nuestras ideas por escrito, para ello se requiere seguir una secuencia lógica, coherente y cohesionada; implica desarrollar las frases y oraciones con precisión y concisión, consiguiendo de esa manera poner en práctica las cualidades estilísticas que un texto debe tener. Contribuye a desarrollar el pensamiento, por tanto, propicia la correcta función de las secretarías, desarrolla la capacidad de expresar las ideas en forma completa, respetando los límites de espacio y ajustándose a las normas de acentuación, puntuación y cohesión, relevantes en la formulación de textos, que permitan la correcta comprensión.

Según Rodríguez, M. “la redacción comercial es aquella que tiene por objeto la comunicación en el mundo de los negocios y de la empresa”.

Los escenarios laborales actuales las secretarías juegan un rol importante en la elaboración de documentos, es por ello que deben tener la mística de redactar con profesionalismo, aplicando palabras apropiadas para que a través de ellas el texto sea interpretado de forma correcta y brindando así ideas claras y armoniosas, evitando posibles confusiones al deducir el escrito.

A nivel nacional y en los diferentes contextos se observan problemas a la hora de redactar algún escrito, las personas no apuestan por conseguir una correcta escritura; se asume que una de las causas principales que originan esto es el desinterés por la lectura, generando malos resultados y consecuencias negativas, porque se forman mensajes confusos al no dar ideas claras, esto afecta de manera negativa en la imagen personal de la secretaria.

En el contexto social las culturas juegan un papel importante, porque cada zona tienen diferentes formas de expresarse, atendiendo al lenguaje en el cual interactúan con los individuos, lo que no es propicio en los ambientes laborales donde la secretaria debe tener un léxico fluido que le permita comunicarse de manera eficiente con cada uno de los departamentos de la empresa.

En Manabí de igual manera se identifican inconvenientes en cuanto a ortografía se trata, la carencia de esta muestra el escaso conocimiento sobre elaboración de textos o redacción de documentos, llegando a ser preocupante en cierto modo, se debe tener en consideración la necesidad de adoptar medidas para que se mejore la adecuada expresión escrita desde el proceso educativo y la formación profesional.

En el departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí se ha podido constatar que existe cierto grado de confusión al momento de redactar documentos comerciales, lo cual perjudica en cierto modo las funciones que se realizan dentro del mismo.

El presente trabajo investigativo tiene como punto importante proponer y destacar conocimientos referentes a la redacción comercial, para obtener una función

secretarial mucho más adecuada, siendo esta más efectiva y asertiva, en el Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, centrándose en el mejoramiento del profesional de secretariado.

La estructuración del trabajo investigativo, se realiza con fundamentos cualitativos bibliográficos extraídos de libros con información referente a las variables emergentes; se obtuvo también información considerable de internet, investigación que permite fundamentar teóricamente las variables del estudio de carácter descriptivo y explicativo.

Por tal motivo, resulta importante realizar esta investigación, donde se formule la problemática de la siguiente forma: ¿De qué manera incurre la redacción comercial en la función secretarial en el personal del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí?

Con la formulación del problema, se determina que la función secretarial es el objeto de estudio y como campo la redacción comercial. Esta investigación tiene su sentido de ser, una vez que se logra explicar una serie de incógnitas como:

- ¿Qué conocimientos poseen las secretarias del Departamento de Compras Públicas sobre redacción comercial?
- ¿Qué falencias presentan las secretarias al redactar documentos en el Departamento de Compras Públicas que permita fortalecer la función secretarial?

- ¿Cuál es la importancia de la redacción comercial en la función secretarial, en el personal del Departamento de Compras Públicas?
- ¿Cómo mejorar la función secretarial dentro del Departamento de Compras Públicas?

De las mencionadas tareas científicas surge como objetivo general: Elaborar un plan de capacitación en redacción comercial como medio que fortalece la función secretarial del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Este objetivo pudo ser posible al cumplir con los objetivos específicos que se marcan a continuación:

- Determinar qué conocimientos poseen las secretarias del Departamento de Compras Públicas sobre redacción comercial.
- Establecer qué falencias presentan las secretarias al redactar documentos en el Departamento de Compras Públicas que permita fortalecer la función secretarial.
- Determinar la importancia de la redacción comercial en la función secretarial, en el personal del Departamento de Compras Públicas.
- Identificar cómo mejorar la función secretarial dentro del Departamento de Compras Públicas.

La hipótesis de este trabajo investigativo se determinó como: ¿La aplicación de un plan de capacitación en redacción comercial fortalecerá la función secretarial en el

Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí?

En este estudio una vez establecida la hipótesis, se definió como variable dependiente función secretarial y como variable independiente la redacción comercial.

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron las siguiente metodologías: según su finalidad se hizo uso de la investigación aplicada, debido a que ésta se centra en un problema del cual se buscará una solución; según el carácter de la medida fueron cuantitativos y cualitativos, puesto que se hizo uso de las encuestas y entrevistas, las cuales permitieron formular preguntas cerradas con el objetivo de obtener respuestas cortas y así poder analizarlas.

Según la dimensión temporal se aplicó el método descriptivo, puesto que se estudió el problema tal y como se presentó; se empleó el método explicativo; debido a que se buscó dar respuestas al problema mediante la descripción de los hechos observados. Se manejó el método lógico deductivo, se partió de casos particulares lo que permitió la elaboración de la hipótesis; dentro del trabajo se planteó también la investigación documental, razón por la cual se recurrió al uso de los documentos bibliográficos.

La presente investigación tuvo como universo el Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, la población se determinó de acuerdo al personal que labora en este lugar. La muestra con la que se efectuó el proyecto fue probabilística simple y constó de 7 personas, mismos que tuvieron la posibilidad de ser seleccionados por ser finita la población.

Se consideró que esta investigación fue factible; debido a que se pudo constatar que sí es rescatable el conocimiento que tienen los funcionarios en cuanto a redacción comercial se trata, lo que contribuyó con la realización eficiente del trabajo, mediante el apoyo y aprobación del mismo para poder realizarlo en dicho lugar.

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

Antecedentes Investigativos

Luego de revisar estudios relacionados a la redacción comercial en el repositorio de tesis de la Universidad Técnica de Manabí, se encontró que en la Facultad de Ciencias Humanísticas y Sociales carrera de Secretariado Ejecutivo se realizó un trabajo en el que se indica lo siguiente:

Cedeño, S y Jurado, S. (2015), mencionaron lo siguiente:

La redacción básica y comercial en la formación profesional es la visión del aprendizaje y de la comunicación, válida en el proceso de formación profesional en cualquier área del saber científico, tecnológico o humanístico, pero es necesario enfatizar su pertinencia y su atención imprescindible en el proceso formativo de los futuros profesionales.

No saber redactar documentos básicos y comerciales tiene consecuencias negativas porque genera mensajes confusos, pérdida de tiempo y malos resultados, además, porque influye negativamente en la imagen de la persona, mucho más en los estudiantes que están en el proceso de aprendizaje o de

formación profesional, de allí que resulta importante redactar o escribir transmitiendo las ideas con claridad; utilizando las técnicas y procedimientos que permite lograr una redacción básica y comercial eficiente, poniendo énfasis en la gramática y la ortografía referentes claves de la buena redacción.

En el repositorio de la Universidad Técnica del Norte, después de revisar los trabajos investigativos relacionados a función secretarial, se encontró lo siguiente:

Bracho, G.A & Castro, T.L. (2009), plantean lo siguiente:

Se puede observar que existe una carencia de conocimientos en todo lo relacionado a actividades secretariales, dentro de los diferentes departamentos de la PUCE-SI, se requiere tener todas las competencias y responsabilidades que necesita una secretaria, ya que en los últimos años el papel de secretaria se ha incrementado, hasta llegar a convertirse en personas imprescindibles en las instituciones o empresas.

El mayor problema que existe es que en la mayoría de departamentos muchos de los puestos de secretaria son ocupados por profesionales en otras especialidades, que no tienen la formación en secretariado.

Fundamentación Legal

La presente investigación está fundamentada en la Constitución Política de la República del Ecuador (2008).

Título II.

Derechos.

Capítulo Primero.

Principios de aplicación de los derechos.

Sección Tercera.

Comunicación e información.

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva tienen derecho a:

1. Una comunicación, libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Capítulo Séptimo.

Administración Pública.

Sección Segunda.

Administración Pública.

Art. 227. La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación.

Fundamentación Filosófica

El campo de la investigación se basa en la línea del paradigma crítico – propositivo, destacándose que para redactar es indispensable desarrollar la capacidad de razonamiento y análisis, que posibilitan la identificación de ideas principales y secundarias para que el escrito sea ordenado, claro y coherente.

Según: Pontón, A. y Nhasly Johanna. (2012). Artículo “Técnicas de Redacción y Documentos Comerciales Públicos y Privados”, Tema: “Técnicas de Redacción“, afirma que “la redacción es el acto de poner por escrito algo sucedido, acordado o pensado, requiere de coherencia ya que el orden de las palabras puede modificar la intención del autor, siendo prioritario organizar nuestras ideas antes de transcribirlas”.

La redacción de documentos administrativos en la sociedad actual requiere de una comunicación abierta, flexible, clara, sencilla y precisa que contribuya al fortalecimiento de las relaciones institucionales, comerciales y laborales, mediante

un proceso dinámico, en el cual la secretaria aporta fundamentalmente con sus destrezas y habilidades plasmadas en una redacción coherente, que evidencia su imagen profesional.

CITAS TEXTUALES Y REFERENCIALES.

Redacción Comercial

Concepto e importancia

Según Cruz, A. (2011), asegura que la redacción comercial, “es la técnica de comunicación lingüística que atiende las relaciones empresariales, económicas, laborales, sociales y administrativas que surgen entre distintos individuos, instituciones y organizaciones.”

El autor menciona que, la redacción comercial es la destreza que se pone en práctica con el objetivo de poder ejecutar los negocios entre las diferentes personas o entidades, independientemente del carácter que estos sean; tomando en consideración la importancia que tiene el redactar un escrito correctamente, se debe tener la mística que el mensaje sea: claro, breve, preciso, conciso y eficaz, de esa manera el lector pueda decodificar y entender con asertividad. La redacción comercial en la actualidad juega un papel importante en las diferentes actividades en el ámbito empresarial.

La correspondencia comercial sigue siendo uno de los principales medios de comunicación entre empresas, o entre éstas y el resto de los agentes económicos y sociales, aunque no el único ni el más importante, como ocurría hasta hace relativamente poco tiempo. Canda, F. (2006)

La comunicación escrita es imprescindible en la vida comercial y, puede afirmarse que sin este elemento no existirían ni los negocios ni las empresas. La cantidad de operaciones que se maneja y resuelven exclusivamente por medio de la correspondencia, es enorme, y cada día son muchas las empresas que mantienen relaciones comerciales, conociéndose sólo a través de ella. Marqueo, (2008)

Los autores expresan, que el manejo de la comunicación escrita es esencial para poder mantener lazos empresariales. La correspondencia comercial sigue siendo una herramienta necesaria en el diario vivir, puesto que juega un rol activo y predominante en las relaciones comerciales que las diferentes empresas u organizaciones logren mantener, debido a que sirve como un puente para que estas se puedan relacionar entre sí; es por ello que las compañías deben considerar la necesidad de preparar adecuadamente a su equipo de trabajo, que desarrolle las competencias necesarias, que sea capaz de redactar en cualquier momento el tipo de escrito que se requiera.

Características.

Rojas, D. (1992), sostiene que “la necesidad de crear un mensaje eficiente y eficaz, que motive su lectura y cumpla con el doble propósito de comunicar y persuadir al lector, hace necesario que reúnan ciertos atributos o características bien definidas.”

Estas características pueden ser de dos clases:

- Vitales o fundamentales
- Complementarias.

Características vitales o fundamentales:

- *Claridad*

La claridad permite leer y entender fácilmente el mensaje, y darle una sola interpretación. La claridad se obtiene como resultado de un ordenamiento metódico de ideas y un uso correcto de lenguaje. Es también la presentación de la idea completa, sin que falten los detalles necesarios para su comprensión.

- *Integridad*

La integridad se logra al incluir todas las ideas y datos importantes vinculados con el tema del mensaje. Una carta integra o completa es también clara; ambas cualidades se complementan. Por el contrario, una carta incompleta resulta vaga, “gaseosa” y de difícil comprensión.

- *Brevedad*

Breve es un mensaje que usa el menos número de palabras, pero es claro y completo. Esto no quiere decir que la concisión o brevedad deba confundirse con el laconismo, útil solamente al redactar un telegrama. El mensaje breve exige seguir la regla de entrar directamente al tema y evitar los rodeos y los adornos.

- *Cordialidad*

La cordialidad se relaciona con el tono del lenguaje y debe dejar traslucir nuestras cualidades humanas: cortesía, amistad, positivismo, espontaneidad, etc. Demos a nuestro correspondiente el tono justo, la expresión adecuada y la palabra exacta. Las palabras son el reflejo de los hábitos y el carácter de las personas.

- *Coherencia*

Es el conjunto de relaciones sintácticas que se establecen entre oraciones de un párrafo y entre diferentes párrafos. La coherencia es una característica fundamental del mensaje y se define como la capacidad para manejar la información como un todo, donde cada elemento del mensaje nos remite a la significación general del texto. Un factor que contribuye a la coherencia de un texto son los conectores.

- *Veracidad*

La veracidad es la máxima cualidad que debe tener la comunicación comercial. Una buena relación crea una buena voluntad y el interés del corresponsal; por lo tanto, debe escribirse aquello de lo cual se tiene suficiente certeza o evidencia.

El autor indica que las características de la redacción comercial son de mucha relevancia, debido a que haciendo uso de ellas se puede llegar de mejor manera al lector, respetando así los diferentes requisitos definidos que un escrito debe tener.

Dentro de estas características se encuentran las *fundamentales o vitales*, las cuales se constituyen en un factor esencial, propiciando que la redacción sea coherente y que el receptor pueda decodificar el mensaje: claridad, el mensaje se debe comprender y leer con facilidad, y debe tener una sola interpretación, siendo esta clara para lograr una adecuada comprensión.

Integridad, adjuntar las ideas relevantes y lograr que estas se relacionen con el tema que se está tratando; brevedad, presentar el escrito de manera directa, sin rodeos para evitar confusiones; cordialidad; ser cortés en las palabras, expresarse de manera positiva, exacta y correcta, mostrando así los valores con los que se

cuenta; coherencia, sentido lógico de las ideas que se plantean; veracidad; debe existir seguridad, franqueza, autenticidad y evidencia de lo que se está redactando en el escrito.

Características complementarias:

Así como las características vitales representan el soporte básico, el fundamento de una carta, ay otras que igualmente complementan su efectividad.

- *Corrección*

Una carta debe redactarse evitando errores que pueden destruir esa primera impresión favorable que es indispensable ubicar en la mente del lector.

- *Motivación*

La fuerza motivadora de un mensaje lo hace realmente eficaz. Una carta clara, breve, completa, coherente y cordial puede no motivar al lector a la acción porque no atrae su interés hacia la satisfacción de una necesidad.

Aunque complementaria, la motivación es una característica que hace que se encienda esta chispa en la mente del lector y despierte su decisión favorable, porque encuentra el tema de interés para satisfacer una necesidad interna de salud, orgullo, comodidad, conveniencia, ventaja económica, seguridad categoría, etc.

- *Positivismo*

Es la actitud y el lenguaje lo que asegura una reacción favorable en el receptor. El lenguaje positivo se caracteriza por los siguientes rasgos:

- a) Descarta expresiones de reproche como: olvidó, dejó de, su reclamo, su queja, etc.
- b) Omite frases de estructura negativa y recurre a sus equivalentes positivas, como: “no nos oponemos” por “aceptamos”, etc.

- *Modernismo*

Una comunicación pierde el objetivo de persuadir cuando está escrita con expresiones que corresponden a hábitos y pensamientos del pasado, tales como: me suscribo, acuso recibo, agradeciéndole la atención, sin más por el momento, el suscrito, su segundo servidor, su obsecuente servidor y amigo, atto. S.S., aprovecho la oportunidad, de los corrientes, próximo pasado, en curso, etc.

- *Naturalidad y sencillez*

El mensaje debe ser vivo y natural, siempre directo y sin rebuscamientos literarios. Para que sea fácilmente comprendido evite la ambigüedad, la oscuridad, el uso de la voz pasiva, las palabras de significado poco conocido, los paréntesis, las abreviaturas, etc.

- *Creatividad*

Redacte en forma reflexiva, después de un cuidadoso análisis, para que exprese sus ideas en forma original.

- *Discreción*

Expresé siempre lo que debe y puede, en forma discreta y diplomática, en relación directa con el rol del interlocutor.

Las características *complementarias*, no son más que las que perfeccionan la efectividad de una redacción: corrección, un escrito debe redactarse con mucho cuidado y sin el mínimo error, aplicando el adecuado uso de las normas ortográficas, de las mayúsculas, signos de puntuación, acentuación, sinónimos, antónimos, entre otros, de esa manera se logra obtener una buena impresión del texto ante el lector; motivación, presentar un mensaje claro, que logre persuadir al lector, obteniendo de esa forma el ánimo del mismo y atrayendo su interés; positivismo, actitud que resulta favorable al momento en el que se trata de llegar, convencer y llamar la atención del lector.

Modernismo, hacer uso de palabras o frases actuales, substituyendo las redundantes y anticuadas; naturalidad y sencillez, el mensaje que se quiere transmitir debe ser directo y claro, sin ambigüedades, sin palabras poco usadas y natural; creatividad, ser reflexivo y analizar el texto, se debe ser original al momento de redactar; discreción, la prudencia siempre formará parte importante al instante en que se va a expresar una idea. Hay que redactar solamente lo necesario, incluso cuando se quiere hacer una reclamación, a pesar de que esta será energética, debe ser sobre todo cortés.

Organización del plan de redacción.

Según Espín, B. (2011) “Uno de los distintos esquemas de Plan de redacción, quizá el más rápido en la elaboración, no por eso menos eficaz, es aquel que señala tres aspectos: la Introducción, el Cuerpo o Texto y la Conclusión”

- **La introducción.**- Es el principio de la redacción y por lo mismo debe ser esmeradamente elaborada; si es posible a través de la búsqueda de caminos, que conduzcan necesariamente al tema. La introducción debe seguir los pasos de la mente del posible lector, a quien se debe intentar conquistarlo despertando su interés, concentrando su atención, provocando el deseo de leer lo que está escrito.
- **El cuerpo o texto.**- Consiste en el desarrollo de algunos aspectos y tópicos, los que se consideraron lo más importantes en el plan, alrededor del tema; estos deben tener secuencia lógica, con condiciones específicas, más las que dependen del tipo de redacción, del género, del punto de vista de quien escribe.

- **Conclusión.**- Significa haber llegado al final, al que hay que darle un buen cierre.

En referencia a lo expuesto por el autor, existen tres partes en la redacción, mismos que resultan factibles y eficaces a la hora de elaborar un escrito. La introducción, presenta la idea principal, el problema a tratar, es la que introduce al texto y la que atrae el interés del lector; el cuerpo o texto, explica las ideas principales con la que cuenta el mensaje, mediante la presentación de argumentos claros y de ser necesarios ejemplificados. Se debe hacer uso de los conectores precisos para enlazar una idea con otra; conclusión, párrafo final del mensaje, aquí se puede ofrecer una opinión o una reflexión sobre el tema abordado.

Estructura.

Toapanta, T., & Ángela Lucia. (2010) “Esta sección toma en consideración la forma física o estructura de cada uno de los documentos que se redactan dentro de la empresa, se presentan ejemplos para determinar y ubicar cada una de las partes de los documentos.”

- *Márgenes*

Los márgenes pre establecidos son: a la izquierda 4cm, para los márgenes superior, inferior y derecha es recomendable 3cm. Sin embargo se considera que estos son modificables de acuerdo a la extensión y distribución del texto.

- *Espacios interlineales*

Los espacios interlineales sugeridos son de 1 a 1.5cm, pero para presentar un aspecto uniforme y según la extensión del documento también serán flexibles.

- *Tamaño de fuente*

Es de vital importancia manejar el mismo estilo y tamaño de letra para todo el documento, de esta manera se exhibirá una imagen uniforme y elegante del contenido mismo.

Los autores sostienen que se debe tener en cuenta la presentación de los documentos a redactar: prestar atención a la distribución, al orden de cada escrito, para ello se mencionan tres puntos importantes a tener en cuenta; márgenes, ofrecen una visión más estética, más armoniosa de la carta y ayuda a proyectar una buena impresión; espacios interlineales, hace alusión al espacio o distancia que existe entre una línea con otra, de esa manera el texto será homogéneo.

Tamaño de fuente, es un aspecto verdaderamente relevante al momento de redactar un texto, este debe poseer el mismo número de letra, consiguiendo así que se muestre un mensaje claro y conciso, donde el fondo y la forma propicien la estilística que debe ser propio de un documento administrativo.

Estilos de la carta.

Toapanta, T., Ángela Lucia. (2010) “Esta parte se refiere a los estilos con los que se pueden escribir las cartas, dejando a consideración del personal administrativo de la empresa los que se detallan a continuación:”

- *Estilo Bloque Extremo*

Es el estilo más fácil y cómodo por cuanto todas las líneas comienzan en el margen izquierdo del papel. Con este estilo siempre se escribe a espacio sencillo; entre cada párrafo se dejan dos espacios verticales.

- *Estilo Semibloque*

Es el estilo más elegante y uno de los más usados en el Comercio. Este estilo mantiene las mismas características del estilo bloque y se distingue porque cada párrafo comienza dejando una sangría de cinco a diez espacios.

- *Estilo bloque modificado*

Existe poca diferencia entre el estilo bloque extremo y el bloque modificado. En el estilo bloque modificado la línea de referencia (número consecutivo de la carta), la fecha, el nombre del remitente y el cargo comienzan desde el centro de la página.

Las autoras indican que generalmente existen 3 estilos y que depende del individuo el elegir el que más se adapte a él, teniendo en consideración que hay maneras de presentar una carta, optando que de esa forma se logre brindar una buena imagen de ella al lector. Bloque extremo; se menciona que es el más sencillo, debido a que todos los elementos que contiene la carta se muestran en el lado izquierdo; semibloque, es más estiloso y similar al estilo bloque, con la diferencia de que en este se comienza a redactar el párrafo dejando una breve sangría; modificado, las partes de la carta se ubican desde el margen izquierdo, con excepción de la fecha, firma, despedida y nombre del remitente, que comienzan a redactarse del centro a la derecha.

Cada empresa o institución utilizan el estilo que ellos consideran pertinente, tienen un formato establecido que no les permite innovar los nuevos modelos que se presentan para elaborar la correspondencia, tomando en consideración que se debe ir a la par con las nuevas tendencias que la redacción comercial demanda en los nuevos escenarios laborales.

Estilos de redacción.

En redacción comercial el estilo consiste en usar la técnica adecuada para exponer las ideas con claridad y precisión; es el orden y la forma como se presentan las ideas, el giro de las frases, el uso apropiado de las palabras. En resumen, estilo es el dominio de la técnica de la redacción comercial. Rojas, D. (2005)

Reafirmando lo expresado por el autor, el estilo de la redacción es poner en práctica aquella esencia con la que cuenta una persona al momento de redactar, es esa forma característica que posee una persona al expresarse mediante un escrito, manifestando sus ideas y conectándolas de una manera clara, correcta y mostrando la creatividad que tiene. El estilo de un escrito depende de la información que se quiera dar, de los conocimientos que la persona tenga respecto al tema.

Recomendaciones básicas para redactar.

Toapanta, T., Ángela Lucia. (2010) “Aunque la redacción parece ser un tema sencillo, al momento de empezar a redactar, se presentan varios inconvenientes que hacen difícil esta tarea, sin embargo nada es imposible, se sugiere tomar en cuenta lo siguiente:”

- *Puntuación.*- La idea del texto se pierde por la ausencia o exceso de signos de puntuación. El uso de la coma, el punto, los dos puntos, las comillas, los guiones, etc., a veces resulta complicado, pues no es fácil memorizar tantas reglas. Sin embargo, antes de redactar es recomendable dar un vistazo a las reglas principales para evitar errores de interpretación.

- *Ortografía.*- Nada hace más desagradable la lectura de un texto que la mala ortografía. Desde una tilde mal utilizada, hasta horrores de escritura. Ante la duda consulte. Tener un diccionario a la mano cuando se redacta nunca cae mal.
- *Sencillez.*- Recuerde que se escribe para los demás, no para uno mismo. Por ello, utilizar palabras de dominio común facilita aún más la comprensión del texto para el lector y la redacción para el autor. Sin embargo, debe tenerse cuidado de no pecar de ignorante o de abusar de saber.
- *Coherencia y cohesión.* Un texto que no se entiende y no parece tener ir a ningún lado, es un texto basura. Evite las "plastas" de texto y las oraciones interminables. Es importante llevar una ilación de ideas desde el inicio hasta el final. Esto se logra escribiendo oraciones sencillas dentro de párrafos. Cada párrafo es una idea diferente, pero dependiente del párrafo anterior.
- *Evitar la redundancia.*- No por mucho escribir el texto será más atractivo. Esto hace que el texto pierda interés, sentido y propósito. Uno se pierde y se pierde al lector. Estos son sólo algunas técnicas que se pueden poner en práctica al momento de redactar. Claro está, el dominio de una buena redacción no se logra de la noche a la mañana. Es preciso empezar con pequeños relatos para luego ir profundizando tanto en las ideas como en la extensión de los textos. Algo es cierto: la práctica hace al maestro.
- *El ritmo.*- El ritmo de un texto le confiere movimiento, vida, debe ser motivador y sugerente. Varía mucho según el tipo de escrito, pero en principio suele ser muy homogéneo en un mismo texto. De este modo el lector crea sus propias expectativas sobre lo que va a leer a continuación y las confirma o rechaza a medida que avanza en la lectura. Los cambios

bruscos, si no son intencionados, dificultan la creación de expectativas y reducen el interés por la lectura.

- *La concordancia.*- Es un medio gramatical de relación interna entre palabras. En español existen dos clases de concordancia:
 1. Concordancia entre el sustantivo y adjetivo que consiste en la igualdad del género y el número de estas dos categorías gramaticales.
 2. Concordancia entre el verbo de una oración y el sustantivo, núcleo del sintagma nominal. En este caso la igualdad debe ser de número y persona. En resumen; para escribir bien, hay que leer mucho, se debe cuidar la ortografía.

Las autoras resaltan que para lograr una buena redacción se deben seguir ciertas recomendaciones, las que permitirán una mejor presentación del escrito; puntuación y acentuación, muy relevante al momento de redactar, debido a que un punto o una coma pueden hacer una gran diferencia en la idea que se quiere mostrar, dándole o quitándole sentido a la oración; ortografía, la adecuada ortografía vuelve atractivo un texto, por ello se debe tener consideración con la acentuación y puntuación y el correcto uso de las palabras.

Sencillez, hacer uso de palabras claras que permitan a los diferentes interlocutores entender el mensaje, evitando así la presencia de interpretaciones erróneas; coherencia y cohesión, son propiedades que convierten un texto, por tanto, hacer que el contenido sea apropiado ante los ojos de quien lo lee, también depende de cómo se expresen las ideas, el mensaje debe ser claro y tener sentido y las palabras deben estar conectadas unas con otras, generando un buen párrafo.

Evitar redundancia, hacer uso de las palabras necesarias, sin repeticiones, para ello se pueden utilizar sinónimos y antónimos, la utilización de frases innecesarias hacen que el texto no se vea apropiado y ayuda a que el mensaje pierda vigor, llama al desinterés y al aburrimiento.

El ritmo, no es más que la forma en la que la persona adopta el mensaje, influye al instante en el que se comienza a leer el texto y se siente curiosidad o incertidumbre por saber qué continúa después de lo que ya se ha leído. Un texto sin ritmo es como un rostro sin expresión; la concordancia, congruencia que puede existir entre dos elementos, la lógica que se tiene que mostrar entre las palabras para que el mensaje se reciba apropiadamente.

Función Secretarial.

Concepto

El secretariado es una función esencial en cualquier tiempo de actividad empresarial, tanto en el mundo de los negocios como en la industria o en las profesiones liberales. La secretaria contribuye al eficaz funcionamiento de una empresa mediante su trabajo discreto, ordenado y metódico. Grupo Océano. (2005)

Una Secretaria es la persona encargada de la administración de un organismo u oficina y cuyas funciones, en sentido amplio son mantener las relaciones de la entidad y tramitar los asuntos de la misma, además de las otras actividades internas como archivo, correspondencia, recepción de visitas, etc. Londoño, M. C. (2012)

En referencia a lo expresado por los autores una secretaria/o es la persona que se delega para que realice las diferentes actividades o tareas que tiene una empresa, sea esta del sector privado o público; es la que se encarga de tener en orden toda la documentación que se maneja en la institución, la que brinda apoyo a todos los que forman parte de ella y la que también da su punto de vista en la toma de

decisiones relevantes, para el bienestar de la institución, mostrando de esa manera el espíritu de colaboración y liderazgo con el que cuenta.

Importancia

El secretariado ejerce una actividad de enorme importancia dentro del ámbito comercial, mercantil, administrativo y de ejecución; porque es un Secretaria ejecutivo que posee el dominio completo de las técnicas de la oficina, demuestra capacidad para asumir la responsabilidad que su jefe le ha delegado, con gran iniciativa en las labores diarias, aplica el sentido común para emitir un juicio acertado en los asuntos cotidianos y tomando decisiones dentro del margen de autoridad que se le ha asignado. Bracho, G.A & Castro, T.L. (2009)

En consideración a lo que señalan los autores, la secretaria juega un rol fundamental y significativo, debe tener la capacidad necesaria para manejar con eficiencia las actividades que se realicen dentro de la empresa, en ellas reinciden las diligencias diarias y el funcionamiento adecuado del lugar, ofreciendo productividad y eficacia en las labores. Conoce los movimientos que el director realizará, puesto que forma parte del equipo Secretaria-Jefe, es la imagen principal, la columna vertebral de una organización y está en todos los momentos del proceso empresarial.

Deontología profesional.

El código deontológico de muchas profesiones es un compendio de principios por los que se rigen las conductas de los profesionales que forman parte de un determinado colectivo (normalmente profesiones muy consolidadas en el tiempo), muchas profesiones poseen códigos deontológicos como es el caso de los abogados, médicos, etc. Marueco, R. (2009)

El profesional del secretariado también dispone de un código que marcará la conducta a seguir y que, por tanto, todo profesional de este gremio deberá conocer.

Principios generales.

Los principios generales están relacionados con los siguientes aspectos:

- **Dignidad.** El profesional de secretariado deberá realizar su trabajo con honor y dignidad, no debiendo realizar comportamientos que vayan a suponer un descrédito para su persona.
- **Integridad.** El profesional del secretariado deberá actuar con honradez, lealtad y buena fe en todas y cada una de sus acciones.
- **Secreto profesional.** El profesional del secretariado deberá seguir de forma escrupulosa el principio de confidencialidad ante cualquier hecho o noticia que pueda llegar a conocer en el ejercicio de sus funciones, ya que además de un deber, se considera una obligación que está amparada por leyes que protegen el cumplimiento del secreto profesional.

Sobre este último aspecto podemos decir que el secreto profesional comprende los siguientes elementos:

1. Cualquier información confidencial que realice un superior o a la que pudiese acceder por su cargo o por su actividad profesional.

2. Cualquier hecho de carácter confidencial o restringido que adecte a la organización para la que el profesional presta sus servicios o a algún miembro de dicha organización.
3. Cualquier información de la índole que sea cuando ésta se considere confidencial.
4. La documentación de carácter confidencial deberá ser guardada en los archivos correspondientes sin que exista duplicidad de la misma y en el caso de que ésta se duplique, siempre deberá ser con el consentimiento de su superior.
5. El profesional del secretariado deberá comunicar a su superior cualquier información que pueda causar perjuicio o beneficio, tanto a las personas integrantes de una organización como a la empresa para la que presta sus servicios. La limitación de aquello que se puede o no divulgar vendrá marcado por el sentido de lealtad, no debiéndose confundir éste con el secreto profesional.

En referencia a lo manifestado por el autor, la deontología profesional es la suma de los valores que presiden en la conducta de las personas que forman parte de una organización, debido a que muchas son las profesiones que cuentan con reglamentos, mismos que hay que ejecutarlos y tenerlos en consideración, puesto que son de mucha importancia tanto para la empresa como para ellos.

Al igual que las demás carreras, la secretaria/o también cuenta con un código deontológico que debe prevalecer; dignidad, realizar las tareas con orgullo y honor es algo que se tiene que hacer siempre, actuar correctamente y evitando conductas que puedan desmerecer su persona, el amor propio entra en este aspecto.

Integridad, la rectitud y honradez con la realización y cumplimiento de las actividades debe predominar; secreto profesional, si bien es cierto el profesional de secretariado por lo general es la mano derecha del jefe, por ello, es quien maneja toda la documentación relevante y confidencial de la compañía, se debe actuar de modo reservado, personal o íntimo, resguardando la información que se le ha hecho conocer y que es valiosa para la organización.

Conocimientos que deberá aportar el profesional de secretariado.

Marueco, R. (2009) "(...) el profesional de secretariado deberá disponer de una serie de conocimientos imprescindibles, entre los que podemos destacar:"

Formación académica.

- Estudios mínimos de bachillerato, aunque lo deseado sería titulaciones de grado medio o superior, sin descartar la posibilidad de estudios universitarios. Pero además de las titulaciones académicas, se hace necesario disponer de un buen nivel de cultura general, en la que cabe destacar especialmente, un buen nivel de lengua, ortografía, gramática o cálculo, concretamente cálculo mercantil, que permita desenvolverse en entornos empresariales.

Técnicas secretariales.

- Cumplimentación de documentos administrativos y de origen mercantil: pedidos, albaranes, facturas, cheques, letras de cambio, recibos, etc.

- Confección de otros documentos tales como informes, actas, memorandos, circulares, saludas, etc.
- Confección y cumplimentación de documentos oficiales: instancias, oficios y modelos oficiales para la presentación y liquidación de impuestos
- Correspondencia comercial. Envío de distintos tipos de cartas.
- Mantenimiento del archivo. Gestión, clasificación y mantenimiento de documentos.
- Gestión de la agenda de trabajo. Reuniones, citas, establecimiento de prioridades, etc.
- Organización y planificación de eventos corporativos y reuniones de trabajo.
- Organización y planificación de viajes.

Idiomas.

- Deberá ser capaz de expresarse en al menos dos idiomas. Hoy en día debido a la extensión de la lengua inglesa, ésta se hace imprescindible dentro del mundo empresarial.
- Otros idiomas. Podrá adaptarlo al puesto de trabajo o a la empresa en la que presta sus servicios.

El autor sostiene que toda persona que se desempeñe en el ámbito secretarial deberá contar con conocimientos que son indispensables; es importante que ostente un título de nivel superior, con ideas claras sobre cultura general, redacción, contabilidad, entre otros; el individuo debe saber manejar documentos administrativos y comerciales, elaborar informes, actas, memorandos, oficios, planificación de eventos, reuniones, preparación de la agenda y viajes; el idioma es importante, actualmente se requiere que esta persona domine como mínimo 2 idiomas, inglés y español.

TIC

Tecnologías para el almacenamiento, recuperación, proceso y comunicación de la información. Existen múltiples instrumentos electrónicos que se encuadran dentro del concepto de TIC, la televisión, el teléfono, el video, el ordenador. Pero sin lugar a duda, los medios más representativos de la sociedad actual son los ordenadores que nos permiten utilizar diferentes aplicaciones informáticas (presentaciones, aplicaciones multimedia, programas ofimáticos,...) y más específicamente las redes de comunicación, en concreto Internet. Belloch, C. (2012)

Ratificando lo enunciado por el autor, las TIC's son un conjunto de herramientas tecnológicas y comunicativas que facilitan la función de la secretaria en sus actividades diarias, propiciando el ahorro de tiempo y la comunicación eficaz; en la actualidad la tecnología juega un rol importante dentro de la sociedad, brindando de esa forma apoyo mediante aplicaciones, presentaciones e internet, de una manera más fácil y accesible.

Técnicas secretariales.

- **El archivo.**

Marueco, R. (2009) define el archivo como “el conjunto de documentos ordenados de manera correcta y eficiente, pero también, el lugar físico donde se almacena la información o la tarea o el hecho de archivar.”

El autor sostiene que archivo son documentos organizados, ya sean de manera cronológica, numérica, por fecha, entre otros; tomando en consideración todas las empresas generan cantidades considerables de documentos y con el pasar de las horas o días, se incrementan de acuerdo a las diligencias que se realicen, por ello

es importante que estos sean llevados en orden específico, evitando así la posible pérdida o confusión a la hora de buscar.

Organización de la agenda de trabajo.

Una de las misiones que deberá tener una secretaria o un secretario dentro de la empresa será la de organizar o planificar la agenda de trabajo. En ella se deberá anotar toda la información que afecte al trabajo: datos de clientes, datos de proveedores, contactos, fechas, asuntos a tratar, eventos, reuniones, etc.; además, la información deberá anotarse de forma correcta para que ésta sea fácilmente localizable, teniendo por otra parte en cuenta que dicha información se presumirá como confidencial y, por lo tanto, cuando la agenda no se utilice se deberá guardar bajo llave. Marueco, R. (2009)

Asegurando lo que menciona el autor, el/la secretaria/o son responsables de elaborar y de llevar en orden la agenda de trabajo, tomando en consideración cada una de las actividades principales que se realizan en el transcurso del tiempo que el jefe señale; ser cuidadoso al momento de registrar las actividades es un punto importante, puesto que hay personas que dependen de la misma y un mínimo error puede crear pérdidas en la empresa. La agenda ayuda a que no se corra el riesgo de que se olviden las labores que se deben realizar, debido a que estas quedan plasmadas y muy difícilmente serán olvidadas, se recomienda que toda persona lleve consigo una agenda.

Atención al cliente.

Una de las características más sobresalientes de los profesionales del secretariado es la capacidad y habilidades asertivas en torno a la comunicación. En el desarrollo de sus funciones el secretariado atiende a las relaciones, clientes y clientes potenciales de la empresa, utilizando las técnicas de comunicación y la etiqueta empresarial. Londoño, M. C., (2012)

La autora resalta que en la actualidad la secretaria/o ha obtenido cierto protagonismo en cuanto a atención al cliente se trata, esta es una cualidad y habilidad que el profesional de secretariado tiene que desempeñar adecuadamente, debido a que es la primera persona que tiene contacto con los clientes, mostrando educación y siguiendo la etiqueta y protocolo empresarial, la comunicación es un instrumento esencial en este punto.

DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO

Análisis e interpretación de resultados de la encuesta dirigida a los funcionarios del Departamento de Compras Públicas de la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

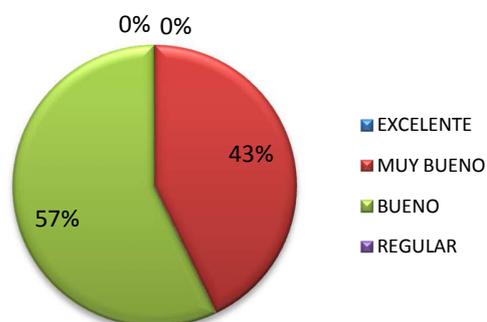
1. ¿Considera usted que el personal del Departamento tiene conocimiento sobre las características que debe tener una redacción comercial?

CUADRO N° 1

Alternativas	F	%
Excelente	0	0
Muy bueno	3	57
Bueno	4	43
Regular	0	0
Total	7	100

Fuente: Funcionarios del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Investigador.

GRÁFICO N° 1



Con el objetivo de comprobar si los funcionarios del Departamento de Compras Públicas tienen conocimiento sobre las características que debe tener una redacción comercial se formuló la interrogante número uno, se obtuvo la siguiente respuesta: 4 funcionarios que representan el 40%, expresaron que es bueno el conocimiento que tienen, 3 funcionarios que representan el 30%, respondieron que es muy bueno el conocimiento.

La información proporcionada nos da la pauta que los funcionarios en su mayoría consideran que es bueno el conocimiento que tienen sobre las características que debe tener una redacción comercial, debido a que es imprescindible conocerlas para así lograr un acertado texto.

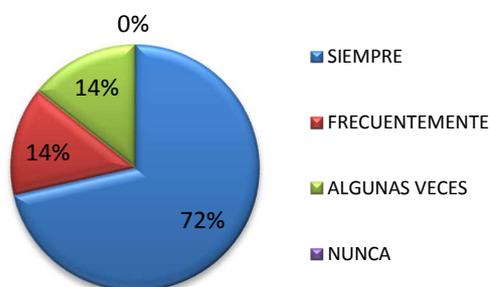
2. ¿En el rol que desempeña, considera usted que es importante una buena redacción comercial?

CUADRO N° 2

Alternativas	F	%
Siempre	5	72
Frecuentemente	1	14
Algunas veces	1	14
Nunca	0	0
Total	7	100

Fuente: Funcionarios del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Investigador.

GRÁFICO N° 2



Se planteó esta interrogante para conocer si los funcionarios del Departamento de Compras Públicas consideran importante una buena redacción comercial y las respuestas fueron: 5 funcionarios que representan el 72% respondieron siempre, 1 funcionario que representan el 14% manifestó que frecuentemente y 1 funcionario que representa el 14% expresó que algunas veces.

Estas respuestas nos dan la pauta para darnos cuenta que no todos los funcionarios consideran importante una buena redacción comercial a la hora de redactar documentos comerciales.

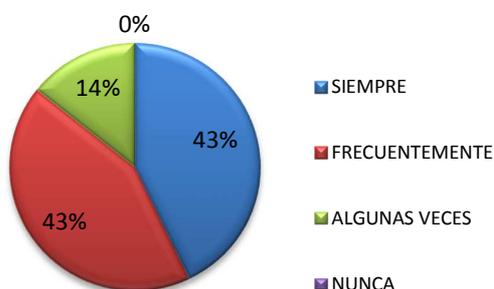
3. ¿Dentro de sus competencias, aplica usted las características de la redacción comercial en la estructura de un texto?

CUADRO N° 3

Alternativas	F	%
Siempre	3	43
Frecuentemente	3	43
Algunas veces	1	14
Nunca	0	0
Total	7	100

Fuente: Funcionarios del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Investigador.

GRÁFICO N° 3



Con la finalidad de conocer la frecuencia con la que se aplican las características de la redacción comercial en la estructura de un texto, se planteó la interrogante y las respuestas fueron: 3 funcionarios que corresponden al 43% manifestaron siempre, 3 funcionarios que corresponden al 43% mencionaron frecuentemente y 1 funcionario que corresponden al 14% respondió que algunas veces.

Se considera que en relación a las respuestas los funcionarios del Departamento de Compras Públicas aplican constantemente las características que debe llevar una redacción comercial al elaborar un texto, lo que resulta viable al momento de crear un mensaje.

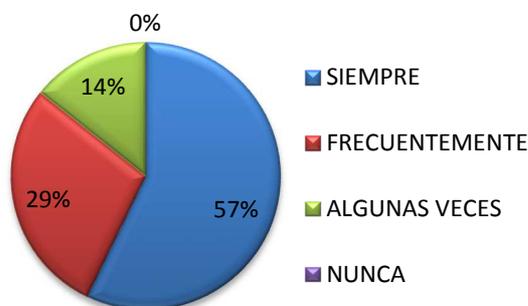
4. ¿Considera usted relevante el uso correcto de los espacios interlineales y del tamaño de fuente sugerido para que su redacción se vea impecable?

CUADRO N° 4

Alternativas	F	%
Siempre	4	57
Frecuentemente	2	29
Algunas veces	1	14
Nunca	0	0
Total	7	100

Fuente: Funcionarios del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Investigador.

GRÁFICO N° 4



Se planteó esta interrogante con la finalidad de evidenciar si es relevante el uso correcto de los espacios interlineales y del tamaño de fuente sugerido para que una redacción se vea impecable, las respuestas fueron: 4 funcionarios que representan el 57% manifestaron que siempre, 2 funcionarios que representan el 29% manifestaron que frecuentemente y 1 funcionario que representa el 14% manifestó que algunas veces.

En relación a las respuestas se puede manifestar que la mayoría de personas dentro del Departamento consideran importante las reglas estipuladas para la elaboración de un texto, obteniendo así un mensaje correcto y amigable hacia el lector.

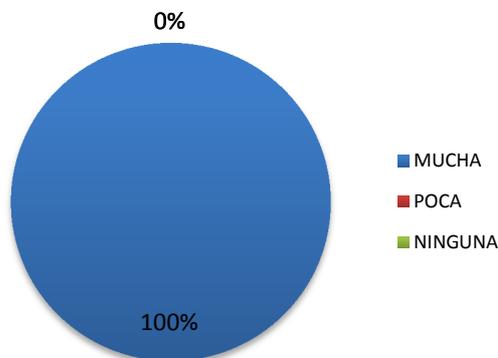
5. ¿Qué importancia le da usted a la ortografía al redactar documentos?

CUADRO N° 5

Alternativas	F	%
Mucha	7	100
Poca	0	0
Ninguna	0	0
Total	7	100

Fuente: Funcionarios del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Investigador.

GRÁFICO N° 5



La interrogante está orientada a conocer la importancia que se le da a la ortografía al redactar un documento, las respuestas fueron: 7 funcionarios que representan el 100% manifestaron que mucha es la importancia que se le debe dar a la ortografía.

En concordancia con las respuestas obtenidas se puede mencionar que sin duda alguna la correcta ortografía en la elaboración de cualquier tipo de documentos es de suma importancia, razón por la que se puede evitar contratiempos y malos entendidos al leer e interpretar el escrito.

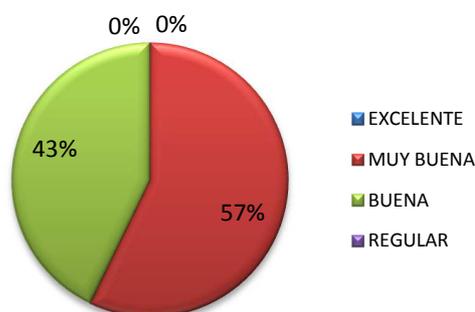
6. Considera usted que al escribir un mensaje su redacción es:

CUADRO N° 6

Alternativas	F	%
Excelente	0	0
Muy buena	4	57
Buena	3	43
Regular	0	0
Total	7	100

Fuente: Funcionarios del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Investigador.

GRÁFICO N° 6



Con el propósito de conocer el nivel en el que se encuentra la redacción de los miembros del Departamento de Compras Públicas, se planteó esta interrogante y se obtuvo como respuesta que: 4 funcionarios que representan el 57% manifestaron que la redacción de ellos es muy buena y 3 funcionarios que representan el 43% mencionaron que su redacción es buena.

En relación con las respuestas obtenidas se puede señalar que algunos funcionarios cuentan con un nivel alto en cuanto a redacción se trata, haciendo más factible la elaboración de documentos dentro del Departamento.

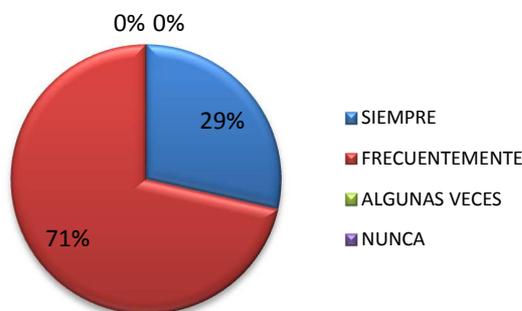
7. ¿En su rol de secretaria, cuando usted elabora documentos comerciales su redacción es clara, sencilla, precisa y coherente?

CUADRO N° 7

Alternativas	F	%
Siempre	2	29
Frecuentemente	5	71
Algunas veces	0	0
Nunca	0	0
Total	7	100

Fuente: Funcionarios del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Investigador.

GRÁFICO N° 7



En referencia a esta interrogante se obtuvieron las siguientes respuestas: 5 funcionarios que representan el 71% mencionaron que frecuentemente y 2 funcionarios que representan el 29% expresaron que siempre al elaborar documentos comerciales su redacción es clara, sencilla, precisa y coherente.

En base a los resultados obtenidos se llega a la conclusión de que el manejo correcto de cada palabra que se plasme en un texto debe ser coherente, brindando un buen mensaje y ayudando a que se tenga una buena interpretación del mismo, omitiendo de esa manera malos entendimientos.

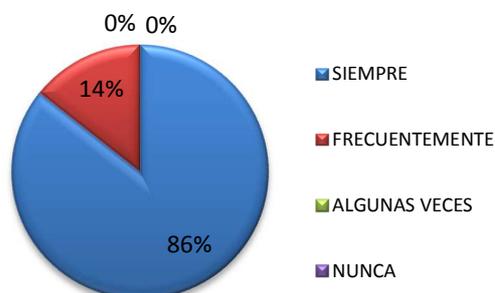
8. ¿Considera usted importante la aplicación de los valores en el lugar de trabajo?

CUADRO N° 8

Alternativas	F	%
Siempre	6	86
Frecuentemente	1	14
Algunas veces	0	0
Nunca	0	0
Total	7	100

Fuente: Funcionarios del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Investigador.

GRÁFICO N° 8



Esta pregunta fue planteada con el fin de corroborar si es importante la aplicación de los valores en el lugar de trabajo y las respuestas fueron: 6 funcionarios que representan el 86% respondieron que siempre y 1 funcionario que representa el 14% manifestó que frecuentemente.

En relación a las respuestas se puede mostrar que la aplicación de los valores dentro del lugar del trabajo es verdaderamente relevante, debido a que eso ayuda a tener un ambiente laboral adecuado, reforzando el servicio y desempeño profesional de toda persona.

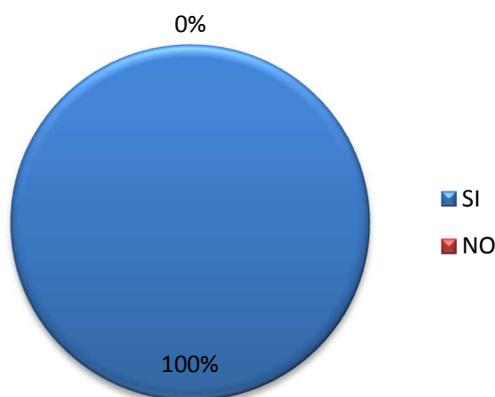
9. ¿Considera usted que es necesaria la actualización de conocimientos en temas secretariales, para obtener un mejor resultado dentro del departamento y mejorar la función administrativa?

CUADRO N° 9

Alternativas	F	%
Si	7	100
No	0	0
Total	7	100

Fuente: Funcionarios del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Investigador.

GRÁFICO N° 9



Con el objetivo de comprobar si se considera necesaria la actualización de conocimientos en temas secretariales, se obtuvo como respuesta: 7 funcionarios que corresponden al 100% manifestaron que sí es ineludible la actualización de conocimientos.

En consideración a las respuestas se establece que es muy importante que toda empresa o institución brinde a sus funcionarios capacitaciones para que se pueda desarrollar de mejor manera las actividades dentro del Departamento y de igual forma para que mejore la función administrativa dentro del mismo.

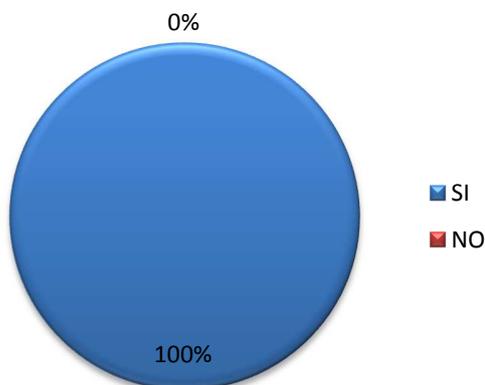
10. ¿Considera usted que el uso de las TICS de manera adecuada permite generar resultados de manera más eficaz?

CUADRO N° 10

Alternativas	F	%
Si	7	100
No	0	0
Total	7	100

Fuente: Funcionarios del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Investigador.

GRÁFICO N° 10



Esta interrogante fue planteada para conocer si el uso de las TIC's genera resultados de manera más eficaz, se tuvo como resultado: 7 funcionarios que representan el 100% respondieron que sí es necesario hacer uso de las TIC's.

En relación a las respuestas se puede establecer que los funcionarios saben que el uso de herramientas como las TIC son de mucha ayuda cuando se desea obtener resultados eficaces en el Departamento.

ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

1. ¿Usted ha observado falencias en los documentos comerciales que recibe de las diferentes dependencias de la Universidad?

Si, en algunos documentos como por ejemplo, memorandos o términos de referencias que las diferentes dependencias de la Universidad emiten, contienen errores al redactar el texto, en la utilización de signos de puntuación, en el estilo del documentos o a veces el mensaje no es claro.

En relación con la respuesta, mencionan que existe cierta carencia en la redacción al momento de emitir un documento, por ello es necesario que se opte por mejorar la escritura, para brindar una mejor vista de los futuros documentos al lector y así mismo fortaleciendo la función secretarial.

2. ¿Considera usted importante la correcta redacción en la elaboración de los documentos comerciales?

Es muy importante para que el mensaje que se envía sea claro y conciso, que no exista ambigüedades para quien lo recibe.

En relación con la respuesta, menciona que es relevante la correcta redacción y elaboración de los documentos, sobre todo por ser parte de una institución que a diario emite documentación de este tipo.

3. ¿Considera usted importante que los funcionarios de este departamento reciban capacitaciones relacionadas con la redacción comercial y así mejorar la función secretarial que se maneja dentro del mismo?

Por supuesto, es muy importante tener conocimiento en la redacción, el estilo y la utilización de signos de puntuación.

En relación con la respuesta, es esencial que los funcionarios tengan capacitaciones relacionadas al tema de redacción, de esa manera se podrá innovar y ejecutar las nuevas ideas sobre lo que es redacción.

4. ¿Considera usted que la deontología profesional es de suma relevancia dentro de cualquier área de trabajo?

En toda profesión es importante aplicar la ética profesional, mismas que nos son enculcadas desde el hogar, la escuela, colegio, en la universidad, en la sede católica, el conocer entre lo bueno y lo malo, y aplicando lo aprendido como son los valores hace que tengamos claro en nuestra profesión el deber de hacer lo correcto, lo que genera con el tiempo un reconocimiento público.

En relación con la respuesta, expresa que los valores son un pilar fundamental dentro de cualquier grupo de trabajo, es importante que se pongan en práctica, puesto que dentro de una empresa o institución siempre se van a manejar documentaciones que algunas veces serán confidenciales.

DISEÑO DE LA PROPUESTA

Tema

Plan de capacitación sobre redacción comercial para fortalecer la función secretarial del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Introducción

La presente investigación, surge como medio para poder observar las desventajas, deficiencias y falencias que se puedan presentar dentro de un determinado departamento, en cuanto a redacción comercial se trata, puesto que no todas las personas cuentan con el conocimiento o con las herramientas necesarias para poder elaborar o redactar documentos comerciales.

Ante lo mencionado, se encuentra la necesidad de proponer soluciones prácticas que favorezcan los procesos administrativos, haciendo uso de normas estandarizadas para mejorar la calidad de redacción y para reformar la comunicación escrita en el Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí,

Objetivos

Objetivo General:

Desarrollar una estrategia de capacitación sobre redacción comercial; que permita perfeccionar y efectivizar la función secretarial en el Departamento de Compras Públicas.

Objetivos específicos:

- Verificar la situación actual y las dificultades que presentan con mayor frecuencia las secretarías a la hora de elaborar documentos comerciales.
- Promover nuevas estrategias de redacción en base a las últimas actualizaciones brindadas.
- Enseñar normas claras y técnicas efectivas para la elaboración de textos, optimizando la comunicación y agilizando la función de las secretarías del Departamento.
- Fortalecer los conocimientos y habilidades del personal administrativo, por medio de los contenidos presentados.

Metodología de trabajo.

La metodología de este plan de capacitación sobre redacción comercial en la función secretarial del Departamento de Compras Públicas, se basa en la actualización de conocimientos referentes al tema antes mencionado, propiciando el uso de herramientas que son parte fundamental para el desarrollo teórico y práctico del presente trabajo, tomando en consideración los saberes que tienen interiorizados las personas que participan del mismo.

Esta capacitación esta direccionada a la búsqueda de la calidad profesional, se precisa ampliar las ideas sobre redacción comercial en la función secretarial a través de habilidades y experiencias, llamando al perfeccionamiento de la redacción y elaboración de textos y fortaleciendo el desempeño dentro del ámbito administrativo.

El plan de capacitación se realizará en el Departamento de Compras Públicas, consiguiendo así la participación de todas las personas que integran esta área; se hará uso de información actualizada, misma que constará en folletos y

diapositivas, talleres participativos que permitan la intervención activa de los participantes. Tendrá una duración de 45 horas, las mismas que serán divididas en 8 y 5 horas diarias, se llevará un control de asistencia con el objetivo de verificar la participación de los miembros que integran el Departamento de Compras Públicas.

Para el debido cumplimiento de este proceso, se requieren los siguientes recursos:

Recursos humanos

- Capacitador.
- Funcionarios del departamento del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
- 1 asistente (para el manejo de los equipos tecnológicos)

Recursos tecnológicos

- Computador.
- Proyector.
- Parlantes.
- Micrófono.

Recursos educativos

- Pizarra.
- Carpetas.
- Marcadores.
- Esferos / lápices / borrador.
- Paleógrafos.
- Hojas tamaño A4.
- Textos y trípticos con la temática a desarrollar.

Recursos de infraestructura y mobiliarios

- Espacio adecuado de acuerdo al número de participantes.
- Sillas y mesas.
- Equipos de ventilación acorde al lugar.
- Servicios higiénicos (hombres y mujeres)

Desarrollo de la propuesta

Plan de capacitación sobre redacción comercial para fortalecer la función secretarial del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.			
Lugar:	Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí		
Beneficiarios:	Funcionarios del departamento de Compras Públicas.		
PRIMER DÍA DE CAPACITACIÓN			
Temas	Subtemas	Duración	Estrategias
La redacción comercial	<p>Concepto Importancia</p> <p>Características Fundamentales Complementarias</p> <p>Organización del plan de redacción. Introducción. Cuerpo y texto. Conclusión.</p>	8 Horas	Trabajo en equipo Análisis y síntesis de la información.

SEGUNDO DÍA DE CAPACITACIÓN			
Temas	Subtemas	Duración	Estrategias
Estructura	Márgenes. Espacios lineales. Tamaño de fuente. Estilos de la carta. Bloque extremo. Semibloque. Modificado Estilos de la redacción. Definición.	8 Horas	Trabajo en equipo Análisis y síntesis de la información.
TERCER DÍA DE CAPACITACIÓN			
Temas	Subtemas	Duración	Estrategias
Recomendaciones básicas para redactar.	Puntuación. Ortografía. Sencillez. Coherencia y cohesión. Evitar la redundancia. El ritmo. La concordancia.	8 Horas	Trabajo práctico individual y ejercicios de aplicación.
CUARTO DÍA DE CAPACITACIÓN			
Temas	Subtemas	Duración	Estrategias
Función secretarial.	Concepto Importancia. Desempeño. Deontología profesional	5 Horas	Proyección de videos y diapositivas.

QUINTO DÍA DE CAPACITACIÓN			
Temas	Subtemas	Duración	Estrategias
Conocimientos que deberá aportar el profesional de secretariado.	Formación académica. Técnicas secretariales. Idiomas. TIC	8 Horas	Proyección de video, diapositivas y trabajo individual.
SEXTO DÍA DE CAPACITACIÓN			
Temas	Subtemas	Duración	Estrategias
Técnicas secretariales	Atención al cliente. El archivo. Organización de la agenda de trabajo.	8 Horas	Proyección de video, diapositivas y trabajo en equipo.

Presupuesto de la estrategia de capacitación.

A continuación se detalla el presupuesto preventivo en inversión del Plan de capacitación sobre redacción comercial para fortalecer la función secretarial del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

PRESUPUESTO	
Descripción	Total
Honorario de expositores	\$ 220
Recursos tecnológicos	\$ 60
Recursos educativos	\$ 80
Recursos de infraestructura y mobiliarios	\$100
Gastos de alimentación (Break)	\$ 70
Gastos extras	\$ 70
Total a pagar	\$600

Cronograma de la estrategia de capacitación

2018	MARZO				ABRIL		
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3
Aprobación de la estrategia de capacitación por parte de los directivos							
Asignación de fechas para días de talleres de capacitación							
Confirmación del exponente							
Logística de los recursos a usar							
Confirmación de los participantes							
Realización de trípticos							
Semana de capacitación							

CONCLUSIONES

- El plan de capacitación es un material de apoyo para fortalecer la función secretarial dentro del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, contribuye a que se obtenga un mejor desempeño en cuanto a redacción se trata.
- La redacción comercial es un punto esencial dentro de una organización y todo profesional de secretariado debe saberla manejar correctamente, debido a que diariamente una institución o empresa genera documentos comerciales, mismos que se deben redactar con coherencia y claridad, exceptuando así posibles malos entendidos con el lector.
- Una secretaria siempre será, aparte del gerente, la cabeza principal de una organización, es quién lleva la documentación y todo lo referente al negocio, por tanto, es relevante la presencia de ella/él; las funciones que realizan son fundamentales y por esa razón deben ser realizadas con eficiencia.

RECOMENDACIONES

- Las autoridades deben optar por hacer seguimiento y tener a los funcionarios en constantes capacitaciones, por generar nuevos conocimientos en ellos, haciendo que de esa manera se haga uso de las nuevas tendencias que se aparecen cada día, para el excelente cumplimiento de las actividades que se realizan a diario.
- La redacción comercial debe ser un punto muy importante para tener en consideración, hay que recordar que un texto bien redactado muestra un personal capaz y eficiente.
- La secretaria debe contar con el apoyo de quienes forman parte de la misma empresa o institución, y para que la cabeza principal de organización tenga el soporte adecuado a ella/él se le debe brindar constantes seminarios para que el cumplimiento de sus tareas sea eficaz.

BIBLIOGRAFÍA

- Belloch, C. (2012) *Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el aprendizaje*. Depto MIDE. Universidad de Valencia. España.
- Bracho, G.A & Castro, T.L. (2009) *Técnicas secretariales para el desempeño profesional del área administrativa de las secretarias de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra - Propuesta alternativa*. Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología, UTN. Ibarra, Ecuador.
- Canda, F. (2006) *Secretaria Ejecutiva*. Edición MMVI. Madrid, España.
- Cedeño, S y Jurado, S. (2015) *La redacción básica y comercial en la formación profesional*. Universidad Técnica de Manabí. Portoviejo, Ecuador
- Cruz, A. (2011) *Apuntes de redacción comercial*. CFT – Simón Bolívar, Chile.
- Espín, B. (2011) *Comunicación escrita. redacción teórica y práctica*. Quito, Ecuador.
- Jaramillo. (1998) *Redacción Comercial*. Primera edición. Pág. 2,3
- Londoño, M. C., (2012) *Guía para la Secretaria Ejecutiva*. Tercera edición. España. F.C. Editorial.
- Marueco, R. (2009) *Manual práctico de Secretariado*. 2da edición. Madrid, España. RA-MA Editores.
- Rojas, D. (1992) *Redacción Comercial Estructurada*. Tercera edición. Bogotá, Colombia. Editorial McGraw-Hill Latinoamericana S.A.
- Rojas, D. (2005) *Redacción comercial estructurada*. Quinta edición. Bogotá, Colombia. McGraw-Hill Interamericana Editores.

- Tandalla, C., Wilma Anabel, Simba, T. y Rafael Patricio (2015). *La Secretaría Ejecutiva y su contribución para el cuidado del Medio Ambiente en el sector público de la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga de la ciudad de Latacunga*. Secretariado Ejecutivo Gerencial, UTC. Latacunga, Ecuador.
- Toapanta, T. y Ángela Lucia. (2010) *Elaboración de un manual de redacción comercial para el área administrativa de la empresa DECOPRINT CIA. LTDA. del Distrito metropolitano de la ciudad de Quito*. Unidad académica de ciencias administrativas y humanísticas, UTC. Ecuador.

Web-grafía

- Hernández, B. (2008) *Ortografía y redacción para todos*. México. Recuperado de: <https://www.bubok.es/libros/786/Ortografia--y--Redaccion--para-Todos>
- Rodríguez, M. *Características importantes de la redacción comercial*. Recuperado de: http://manuelarodriguez.com.br/apresenta_artigo_espanhol.aspx?id=47&campo=artigos_espanhol

ANEXOS

Desarrollo de las tutorías, junto a mis compañeros y profesora.





Desarrollo de las encuestas y entrevista en el Departamento de Compras Públicas.



Encuesta a los funcionarios del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Sr. Sra. Agradezco su colaboración en la aplicación de la presente encuesta.

Por favor responda al presente cuestionario, cuya finalidad es obtener información requerida en la investigación sobre el trabajo de redacción comercial en la función secretarial, aplicada en el departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Lea con atención las preguntas antes de responder

Marque con una X el ítem que considere conveniente

La encuesta es anónima para garantizar su veracidad.

PREGUNTAS:

¿Considera usted que el personal del Departamento tiene conocimiento sobre las características que debe tener una redacción comercial?

- | | |
|-----------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> |
| Muy bueno | <input type="checkbox"/> |
| Bueno | <input type="checkbox"/> |
| Regular | <input type="checkbox"/> |

1. ¿En el rol que desempeña, considera usted que es importante una buena redacción comercial?

- | | |
|----------------|--------------------------|
| Siempre | <input type="checkbox"/> |
| Frecuentemente | <input type="checkbox"/> |
| Algunas veces | <input type="checkbox"/> |
| Nunca | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Dentro de sus competencias, aplica usted las características de la redacción comercial en la estructura de un texto?

Siempre

Frecuentemente

Algunas veces

Nunca

3. ¿Considera usted relevante el uso correcto de los espacios interlineales y del tamaño de fuente sugerido para que su redacción se vea impecable?

Siempre

Frecuentemente

Algunas veces

Nunca

4. ¿Qué importancia le da usted a la ortografía al redactar documentos?

Mucha

Poca

Ninguna

5. Considera usted que al escribir un mensaje su redacción es:

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

6. ¿En su rol de secretaria, cuando usted elabora documentos comerciales su redacción es clara, sencilla, precisa y coherente?
- Siempre
- Frecuentemente
- Algunas veces
- Nunca
7. ¿Considera usted importante la aplicación de los valores en el lugar de trabajo?
- Siempre
- Frecuentemente
- Algunas veces
- Nunca
8. ¿Considera usted que es necesaria la actualización de conocimientos en temas secretariales, para obtener un mejor resultado dentro del departamento y mejorar la función administrativa?
- Si
- No
9. ¿Considera usted que el uso de las TICS de manera adecuada permite generar resultados de manera más eficaz?
- Si
- No

Entrevista al Director del Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Ing. Cecilia Chumo García, agradezco su colaboración en la aplicación de la presente entrevista.

Por favor responda las siguientes preguntas, cuya finalidad es obtener información requerida en la investigación sobre el trabajo la aplicación la Redacción Comercial en la Función Secretarial en el Departamento de Compras Públicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

PREGUNTAS:

1. ¿Usted ha observado falencias en los documentos comerciales que recibe de las diferentes dependencias de la Universidad?

2. ¿Considera usted importante la correcta redacción en la elaboración de los documentos comerciales?

3. ¿Considera usted importante que los funcionarios de este departamento reciban capacitaciones relacionadas con la redacción comercial y así mejorar la función secretarial que se maneja dentro del mismo?

4. ¿Considera usted que la deontología profesional es de suma relevancia dentro de cualquier área de trabajo?
