



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**TEMA:**

LAS TÉCNICAS DE REDACCIÓN APLICADO EN LA ELABORACIÓN DE DOCUMENTOS COMERCIALES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE MANTA, AÑO 2017.

**AUTORA:**

JOYCE SAYNE CAMACHO ZAMBRANO

**FACULTAD GESTIÓN, DESARROLLO Y SECRETARIADO  
EJECUTIVO**

**CARRERA SECRETARIADO EJECUTIVO**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN SECRETARIADO EJECUTIVO**

**MANTA, FEBRERO DE 2018**

**TEMA:**

LAS TÉCNICAS DE REDACCIÓN APLICADO EN LA ELABORACIÓN DE DOCUMENTOS COMERCIALES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE MANTA, AÑO 2017

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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 Elaboración de Tesis, cuyo tema del proyecto es “**LAS TÉCNICAS DE REDACCIÓN APLICADAS EN LA ELABORACIÓN DE DOCUMENTO COMERCIALES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE MANTA, AÑO 2017**”, 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 al señor/señora/señorita **JOYCE SAYNE CAMACHO ZAMBRANO**, estudiante de la carrera de Secretariado Ejecutivo período académico 2017-2018, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

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

Manta, 20 de febrero de 2018.

Lo certifico,

**Daysi Soto Calderón, Dra. C.**  
**Docente Tutor(a)**

## **APROBACIÓN DEL TRABAJO**

Una vez revisado y corregido el informe final de la investigación cuyo tema es: **“LAS TÉCNICAS DE REDACCIÓN APLICADAS EN LA ELABORACIÓN DE DOCUMENTO COMERCIALES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE MANTA, AÑO 2017”**,, realizado por la Srta. **JOYCE SAYNE CAMACHO ZAMBRANO**, autorizo su impresión final y encuadernación respectiva para que sea entregado a las autoridades de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, para la sustentación y defensa respectiva.

Manta, 20 de febrero de 2018

**Daysi Soto Calderón, Dra. C.**  
**Docente Tutor(a)**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis es una parte de mi vida, por eso va dedicada con todo el amor y cariño a mis padres, Jorge Camacho y Sayne Zambrano, que siempre estuvieron apoyándome emocional y económicamente, a mi hermano Jordan Camacho y a mi mejor amiga Allison Parreño por creer en mis capacidades y habilidades, darme su apoyo en todo momento en la que permitieron que termine con éxitos otra etapa de mi vida profesional, a mis demás familiares y amigos que hicieron posible que llegue a este momento muy especial en mi vida y por último a mis dos ángeles que sé que en cualquier lugar que se encuentren están muy orgullosos de mí.

**JOYCE CAMACHO ZAMBRANO**

## **RECONOCIMIENTO**

A Dios, por brindarme su ayuda incondicional, darme la vida y las ganas de seguir adelante en la meta que me propuse, gracias a las bendiciones que me supo brindar.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por abrirme las puertas y brindarme el conocimiento a través de cada catedrático.

A mi tutora Dra. Daysi Soto Calderón, por su apoyo incondicional y por brindarme muchos conocimientos para realizar mi proyecto de investigación.

**JOYCE CAMACHO ZAMBRANO**

## ÍNDICE

### DATOS PRELIMINARES

TEMA: .....	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	II
APROBACIÓN DEL TRABAJO .....	III
DEDICATORIA.....	IV
RECONOCIMIENTO.....	V
ÍNDICE .....	VI
RESUMEN .....	IX

### CUERPO DE LA INFORMACIÓN CIENTÍFICA

2.1 Introducción.....	1
2.2 MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN .....	7
2.2.1 Antecedentes investigativos .....	7
2.2.2. Fundamentación legal.....	8
2.2.3. Fundamentación filosófica .....	11
2.2.4. Fundamentación teórica .....	13
2.2.4.1 La redacción .....	13
2.2.4.2 Fases principales en el proceso de la escritura.....	13
2.2.4.2.1 Generación y organización de las ideas .....	13
2.2.4.3 Importancia de la redacción .....	15
2.2.4.4 Clasificación de la redacción.....	15
2.2.4.5 Tipos de redacción .....	16
2.2.4.6 Estilos .....	17
2.2.4.7 Características de la redacción en los textos de la empresa.....	17
2.2.4.8 vicios del lenguaje .....	18
2.2.4.8.1. El barbarismo .....	19
2.2.4.8.2. El solecismo .....	20
2.2.4.8.3 Gerundio.....	21
2.2.4.8.4 Uso del adverbio .....	22

2.2.4.8.5 Redundancia .....	23
2.2.4.8.6. La anfibología.....	24
2.2.4.8.7. La monotonía .....	24
2.2.4.9 La Carta .....	25
2.2.4.10 Estilos de la carta .....	26
2.2.4.11 Normas para escribir una carta .....	26
2.2.4.12 Partes en las que se divide una carta .....	27
2.2.4.13 La carta comercial .....	30
2.2.4.14 Características de la carta comercial .....	31
2.2.4.15 Tipos de cartas comerciales.....	33
2.2.4.15.1 Carta de renuncia.....	33
2.2.4.15.2 Carta de pedido.....	33
2.2.4.16 Objetivo de la carta comercial .....	34
2.2.4.17 La elección de las palabras.....	35
2.2.4.18 Frases que se pueden eliminar .....	36
2.2.4.19 Abreviaturas comerciales .....	38
2.2.4.20 Como redactar una carta comercial .....	39
2.2.4.21 Márgenes de una carta comercial.....	40
<b>2.3 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE MANTA, AÑO 2017. ....</b>	<b>41</b>
<b>2.4 Diseño de la Propuesta .....</b>	<b>49</b>
2.4.1 Tema.....	49
2.4.2 Introducción .....	49
2.4.3 Justificación .....	49
2.4.4 Objetivo General.....	50
2.4.5 Objetivos Específicos .....	50
2.4.7 Metodología .....	51
<b>2.5 CONCLUSIONES .....</b>	<b>52</b>
<b>2.6 RECOMENDACIONES.....</b>	<b>53</b>
<b>2.7 BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>54</b>
<b>2.8 ANEXOS .....</b>	<b>57</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA NO. 1.....	4
TABLA NO. 2.....	14
TABLA NO. 3.....	14
TABLA NO. 4.....	37
TABLA NO. 5.....	41
TABLA NO. 6.....	42
TABLA NO. 7.....	43
TABLA NO. 8.....	44
TABLA NO. 9.....	45
TABLA NO. 10.....	46
TABLA NO. 11.....	47
TABLA NO. 12.....	48

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO NO. 1.....	41
GRÁFICO NO. 2.....	42
GRÁFICO NO. 3.....	43
GRÁFICO NO. 4.....	44
GRÁFICO NO. 5.....	45
GRÁFICO NO. 6.....	46
GRÁFICO NO. 7.....	47
GRÁFICO NO. 8.....	48

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de determinar las técnicas de redacción aplicadas en la elaboración de documentos comerciales, que se utilizan en la Cámara de Comercio, del Cantón Manta, empresa escogida para realizar el presente estudio, en el que participaron ocho personas que conforman el área administrativa de esta institución.

La metodología utilizada para este estudio consistió en el uso de los diferentes métodos y técnicas que corroboraron para la realización de esta investigación, por lo tanto, una de las técnicas es la observación documental y la aplicación de encuestas orientadas a determinar el problema de la misma y como métodos; análisis documental, análisis teórico y la revisión bibliográfica.

Del estudio aplicado al personal administrativo se obtuvo como resultado que poseen pocos conocimientos en técnicas de redacción, lo que se manifiesta en la inadecuada presentación de los diferentes documentos administrativos y como consecuencia de ello, la incoherente transmisión de mensajes.

Como respuesta a las manifiestas insuficiencias en este ámbito, la autora de este trabajo realiza como propuesta un manual sobre las técnicas de redacción para la elaboración de documentos, mismo que servirá como fuente de consulta y guía para la elaboración y presentación de documentos, el que contiene como elementos fundamentales aspectos relacionados con el estilo, la estructura, tipos de cartas, terminología actualizada, entre otros.

## **ABSTRACT**

The present research work was carried out with the objective of determining the writing techniques applied in the elaboration of commercial documents, which are used in the Chamber of Commerce of the Manta Canton, company chosen to carry out the present study, in which they participated eight people that make up the administrative area of this institution.

The methodology used for this study consisted of the use of the different methods and techniques that corroborated this research, therefore, one of the techniques is the documentary observation and the application of surveys aimed at determining the problem of the same and as methods; documentary analysis, theoretical analysis and bibliographic review.

From the study applied to the administrative staff, the result was that they have little knowledge in writing techniques, which is manifested in the inadequate presentation of the different administrative documents and as a consequence of this, the incoherent transmission of messages.

In response to the manifest inadequacies in this area, the author of this work makes a proposal as a manual on the writing techniques for the preparation of documents, which will serve as a source of consultation and guidance for the preparation and presentation of documents, which contains as fundamental elements aspects related to style, structure, types of letters, updated terminology, among others.

## **2.1 Introducción**

Esta investigación tiene como objetivo principal determinar las técnicas de redacción aplicadas en la elaboración de documentos comerciales de la Cámara de Comercio de Manta. Busca principalmente mantener un lineamiento que vaya de acuerdo con las particularidades administrativas, y que de estos hechos relevantes surjan sugerencias que puedan servir a una empresa, microempresa o institución que los requiera.

Las técnicas de redacción son una necesidad que todo personal administrativo debe conocer, principalmente las secretarías ejecutivas, que suelen estar muy familiarizadas con ellas, puesto que, en la mayoría de los casos es una herramienta útil para la elaboración de los diferentes documentos que se utilizan en el área administrativa de una empresa, con el objetivo de afianzar los diferentes procesos internos que se generan en la gestión diaria.

Es importante señalar que actualmente la mayor parte de la comunicación en las empresas se realiza por escrito. Escribir forma parte de las actividades que se realizan, sin importar cuál sea el cargo que se ocupa dentro de una organización, en razón que, gracias a ellas muchas relaciones comerciales se establecen casi exclusivamente a través de la comunicación escrita. Por tanto, la redacción de documentos comerciales, de manera efectiva sirve para la transmisión de información que demanda la aplicación una serie de normas básicas para la realización de los documentos, para lo que se debe tener en cuenta las reglas ortográficas, errores gramaticales y los estilos de redacción, para otorgarle la adecuada presentación a los documentos.

En la actualidad toda organización debe contar con personal ejecutivo altamente capacitado para que brinde la información con responsabilidad y oportunidad, lo cual le posibilita ser el vínculo entre el manejo eficiente de la información y la gestión administrativa. Lo cierto es que no todas las personas se encuentran preparadas para redactar de forma correcta y adecuada, muchas veces la redacción desalienta a personas que tienen muy buena competencia para comunicarse verbalmente, sin embargo, cuando escriben

sienten que no encuentran el estilo apropiado, o la manera de armar frases que expresen exactamente el mensaje que deseen transmitir.

No saber redactar documentos comerciales tiene sus consecuencias negativas, porque genera mensajes confusos, malos resultados y pérdida de tiempo; y además influye en la imagen de la persona por no utilizar adecuadamente las técnicas de redacción que permite lograr que se cumpla el objetivo que la institución se plantea.

El propósito del presente trabajo de investigación es realizar un estudio sobre las técnicas de redacción en la elaboración de documentos comerciales, información que se obtuvo a través de las encuestas y la observación aplicadas a los involucrados de la Cámara de Comercio de Manta.

El **problema de investigación** al que se pretende dar solución se enfoca en la insuficiente aplicación de las técnicas de redacción en la elaboración de documentos comerciales de la Cámara de Comercio de Manta, de acuerdo a la observación que se ha realizado a los documentos que utilizan en esta dependencia, se determina que las causas se debe al desconocimiento de las técnicas de redacción que facilitan la elaboración de documentos comerciales y como consecuencia de ello, la ineficiente elaboración de documentos, lo que impide que el mensaje que se quiere transmitir sea claro y efectivo.

En el mismo sentido se ha determinado como **objeto** la elaboración de documentos comerciales y como **campo** la técnicas de redacción. **El objetivo de investigación** está orientado a “Determinar cuáles son las técnicas de redacción que se aplican en la elaboración de documentos comerciales en la Cámara de Comercio de Manta” y se establecen como **objetivos específicos** los que se enuncian a continuación:

- Conceptualizar las técnicas de redacción y su importancia en la elaboración de documentos comerciales.
- Identificar los documentos comerciales que se generan en la Cámara de Comercio de Manta.

- Establecer la clasificación de documentos comerciales en las tareas que realiza el área administrativa.
- Diagnosticar la aplicación de las técnicas de redacción en los documentos que producen las secretarías de la Cámara de Comercio de Manta.
- Diseñar un manual sobre las técnicas de redacción para la elaboración de documentos comerciales.

Como **hipótesis** de la presente investigación se ha determinado la siguiente: ¿La aplicación de las técnicas de redacción mejorará la elaboración de documentos comerciales en la Cámara de Comercio de Manta? Y de acuerdo al tema planteado en la investigación se considera como **variable dependiente** las técnicas de redacción y como **independiente** la elaboración de documentos comerciales.

### **Diseño Metodológico**

El universo lo componen 8 personas que colaboran en el área administrativa de la Cámara de Comercio, quienes constituyen además la población objeto de estudio, aplicando el muestreo probabilístico simple, en que todos los funcionarios administrativos tienen la posibilidad de ser considerados en el estudio.

De esta manera es necesario tomar en cuenta la parte total del universo, debido a que en la actualidad la Cámara de Comercio de Manta, cuenta con ocho personas entre personal administrativo y jefes directos, siendo ellos los involucrados directos que facilitaron la información para lograr con los objetivos planteados en la investigación.

**Tabla No. 1**  
**Población**

<b>PERSONAL DEL ÁREA ADMINISTRATIVO</b>	
<b>CARGO</b>	<b>EMPLEADOS</b>
Asistente de secretariado	1
Recepcionista	1
Jefe de ventas	1
Asistente de ventas	2
Asistente de contabilidad	2
Director Administrativo	1
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Manta

Autor: Camacho Zambrano Joyce

Para el desarrollo de esta investigación se ha considerado el **tipo de investigación descriptiva**, para orientar el estudio y análisis real de los conocimientos de acuerdo a las técnicas de redacción y a la elaboración de documentos comerciales, que posee el personal que labora en el área administrativa de la Cámara de Comercio de Manta.

Así mismo se utilizó el **método de análisis teórico** en razón que para el presente estudio es necesario analizar diferentes definiciones teóricas relacionadas al tema de investigación, el que facilita la comprensión del contenido, de principio a fin del marco teórico, así como en la fundamentación de la propuesta.

Además, se utilizó el **método de análisis documental**, para la revisión de los documentos comerciales que son utilizados en el área administrativa, para determinar la forma en que se aplican las técnicas de redacción. Así mismo fue necesaria la elaboración de una encuesta que fue aplicada al área administrativa de la empresa y que gracias a ellas se obtuvieron resultados y la afirmación de la necesidad de contar con una base de apoyo en el tema de las

técnicas de redacción aplicadas en la elaboración de documentos comerciales de la empresa.

De acuerdo a la investigación realizada y con la orientación y la facilidad de información, en este trabajo de investigación se utilizaron las siguientes técnicas de investigación:

**La observación** que es un mecanismo fundamental en el proceso de la investigación porque permite observar fijamente los fenómenos, hecho o situación, permite tomar datos e información necesaria para un análisis a futuro, en ella el investigador se apoya mucho porque permite obtener la mayor parte de datos, esta permite detectar directamente el problema, desde el inicio, durante y hace posible mirar un futuro en la investigación; es por esto que la utilización de esta técnica es muy fundamental en una investigación porque sin ella sería difícil y complicada.

La utilización de **la encuesta** que es una técnica que nos permite la recolección de datos e información mediante la ayuda de una persona directa con otra, se considera una herramienta muy útil porque permite llegar a una respuesta muy consolidada. Mediante esta técnica interviene el entrevistado quien facilitó respuestas muy eficaces, y el entrevistador que es la persona que busca información sobre el tema y que a su vez busca cumplir con los objetivos o cubrir las dudas ante las interrogantes que se emplearon.

De acuerdo a la observación y las encuestas realizadas al área administrativa de la Cámara de Comercio de Manta, son procesados y analizados para la elaboración del manual de técnicas de redacción comercial, estos datos son tabulados y representados gráficamente para ofrecer un mejor entendimiento, comprensión e interpretación de resultados.

La autora de esta investigación considera que estas técnicas son útiles para la realización de la investigación, porque permite tener datos exactos y la facilidad de llegar a los objetivos planteados en la investigación.

En el presente documento se despliega el Capítulo I, que corresponde a la introducción, el Capítulo II que comprende al marco teórico, procesamiento y

análisis de resultados y en el Capítulo III, se presente la Propuesta como resultado de esta investigación.

Finalmente, se incluye, la bibliografía y los anexos correspondientes.

## **2.2 MARCO TEÓRICO**

### **2.2.1 Antecedentes investigativos**

Después de haber Realizado la búsqueda de información se encuentra en el repositorio de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí las siguientes investigaciones, por varios estudiantes:

En la biblioteca virtual de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Chone, Facultad Secretariado Ejecutivo, se ubicó la tesis “Técnicas de redacción escrita y la atención al usuario en las notarías del cantón Chone” realizada por: Ortiz Vergara Gissela Katherine y Zambrano Montesdeoca Mariuxi Gissella en el año 2015 en Chone, el estudio realizado concluyó que:

- Las técnicas de redacción escrita son de gran importancia dentro de las notarías del cantón Chone, por cuanto permiten y facilitan la correcta elaboración de documentos de carácter legal, mejorando trámites y reduce el riesgo de equivocaciones o interpretaciones al momento de dar algún comunicado.

La autora de esta investigación considera que las técnicas de redacción son herramientas que permiten mejorar la elaboración de documentos, por tanto, se considera que las notarías del cantón Chone las utilizan para mejorar la elaboración de documentos y para la reducción de riesgo y de equivocaciones que hace que los documentos sean entendibles y precisos.

Otra temática elaborada por Stefania Cedeño Bravo y Stefany Jurado Caicedo, de la carrera Secretariado Ejecutivo, con el tema “La redacción básica y comercial en la formación profesional de los y las estudiantes de la carrera de secretariado ejecutivo de la Universidad Técnica de Manabí, periodo 2014” concluyó lo siguiente:

- Los y las estudiantes tienen un bajo nivel de conocimientos sobre la redacción básica y comercial, debido a la falta de interés, trabajo

práctico en casa, el mal uso de las reglas ortográficas y los signos de puntuación, el hábito de lectura y el no uso del diccionario.

De acuerdo a las investigaciones realizadas se puede afirmar que existe una carencia en el conocimiento de la redacción básica y comercial, debido a la falta de práctica y aplicación de las normas y técnicas apropiadas para la redacción de documentos.

Otra investigación sobre “Técnicas de redacción para mejorar la comunicación escrita en los estudiantes de noveno año del colegio Juan Pío Montufar año lectivo 2010-2011 en la ciudad de Quito”, realizada por Toca Mármol Ángela Susana, de la carrera Ciencias del Lenguaje y Literatura concluye lo siguiente:

- Los estudiantes no saben redactar formatos, por ejemplo cartas, solicitudes, oficios, los que impiden tener un dialogo escrito adecuado con otras personas y autoridades de las institución, pues deriva una incorrecta escritura. hay que considerar que es un recurso aplicable en cualquier actividad de su diario vivir y un factor que influirá en su rendimiento académico.

La autora de esta investigación concuerda con lo antes mencionado, debido a que existe desconocimiento de fondo y forma para redactar cualquier documento sea oficial, social o comercial, además la falta de vocabulario y reglas ortográficas les impide realizar escritos por los que limitan al receptor tener una buena comprensión en el mensaje que se quiere transmitir

### **2.2.2. Fundamentación legal**

El desarrollo de la investigación se sustenta en la Constitución de la República del Ecuador en su Art. 27. De la ley de Educación manifiesta que “La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico; estimulará el sentido crítico, el arte y el desarrollo de competencia y capacidades para crear y trabajar” (Constitución, 2008).

Art. 18 de la ley de comunicación e información, literal uno manifiesta que; todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- 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.

Considerando que el ser humano libremente tiene derecho a acceder a la comunicación sea esta, intercambiar, producir o difundir información, de manera que sea oportuna dando la responsabilidad y no se distorsione, debido a que si se distorsiona la información se estaría cometiendo un delito.

Así mismo en la Constitución del Ecuador sección tercera, sobre la ley de comunicación e información, en el literal un expresa lo siguiente:

- 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.

Como se menciona en la Constitución del Ecuador, la comunicación se da en diferentes entidades sean públicas o privadas, con la diferencia que la información será reservada para personas externas de la institución, solo que sea establecido especialmente por la ley; en donde contextualice que ninguna institución pública podrá negar ningún tipo de información a quien la requiera.

La elaboración de este trabajo de investigación también se fundamenta en la legislatura existente que regula las diferentes formas de titulación de los egresados de una carrera de pregrado, normativas entre las que se pueden citar las siguientes:

**El Art. 5.- de la Ley Orgánica de Educación Superior**, Derechos de las y los estudiantes, plantea que son derechos de las y los estudiantes los siguientes:

- a) Acceder, movilizarse, permanecer, egresar y titularse sin discriminación conforme sus méritos académicos. (...)
- f) Ejercer la libertad de asociarse, expresarse y completar su formación bajo la más amplia libertad de cátedra e investigativa; y,
- g) Participar en el proceso de construcción, difusión y aplicación del conocimiento; (...)

**De la misma manera, el Reglamento de Régimen Académico del Consejo de Educación Superior, en el Art. 21.-** Unidades de organización curricular en las carreras técnicas y tecnológicas superiores, y de grado.

**Unidad de titulación.-** Es la unidad curricular que incluye las asignaturas, cursos o sus equivalentes, que permiten la validación académica de los conocimientos, habilidades y desempeños adquiridos en la carrera para la resolución de problemas, dilemas o desafíos de una profesión. Su resultado final fundamental es:

- a) el desarrollo de un trabajo de titulación, basado en procesos de investigación e intervención o,
- b) la preparación y aprobación de un examen de grado de carácter comprensivo.

El trabajo de titulación es el resultado investigativo, académico o artístico, en el cual el estudiante demuestra el manejo integral de los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación profesional; el resultado de su evaluación será registrado cuando se haya completado la totalidad de horas establecidas en el currículo de la carrera, incluidas la unidad de titulación y las prácticas pre profesionales.

En la educación técnica superior o sus equivalentes, tecnológica superior o sus equivalentes. Y en la educación superior de grado, los trabajos de titulación serán evaluados individualmente. Estos trabajos podrán desarrollarse con metodologías multi profesionales o multidisciplinarias. Para su elaboración se podrán conformar equipos de dos estudiantes de una misma carrera.

Estos equipos podrán integrar a un máximo de tres estudiantes, cuando pertenezcan a diversas carreras de una misma o de diferentes IEES. En estos casos el trabajo de titulación se desarrolla por más de un estudiante y su evaluación se realizará de manera individual cuando el estudiante haya concluido con todos los requisitos académicos para su titulación.

Independientemente de las horas asignadas a las asignaturas, cursos o sus equivalentes que integran la unidad de titulación, para el desarrollo del trabajo de titulación, se asignarán 200 horas en la educación técnica y sus equivalentes, 240 horas en la educación tecnológica y sus equivalentes, y 400 horas en la educación superior de grado. Estas horas podrán extenderse hasta por un máximo del 10% del número total de horas, dependiendo de la complejidad de su metodología, contenido y del tiempo necesario para su realización.

Se consideran trabajos de titulación en la educación técnica y tecnológica superior, y sus equivalentes, y en la educación superior de grado, los siguientes: examen de grado o de fin de carrera, proyectos de investigación, proyectos integradores, ensayos o artículos académicos, etnografías, sistematización de experiencias prácticas de investigación y/o intervención, análisis de casos, estudios comparados, propuestas metodológicas, propuestas tecnológicas, productos o presentaciones artísticas, dispositivos tecnológicos, modelos de negocios, emprendimientos, proyectos técnicos, trabajos experimentales, entre otros de similar nivel de complejidad.

### **2.2.3. Fundamentación filosófica**

Se puede definir a la técnica como un procedimiento que se emplea necesariamente para realizar cualquier labor establecida por el personal de trabajo. En el uso de la técnica se aplican varias herramientas, con la única finalidad de cumplir satisfactoriamente los objetivos que se propone la empresa. La técnica no es considerada una ciencia o parte de ella, debido a que esta se generaliza para todo entorno en el que sea necesario, cabe

recalcar que la técnica se adaptará a la circunstancia según la necesidad que se presente.

Martínez y Huertas (2008: pag.1) manifiestan que; “La técnica ha propiciado a lo largo de la historia uno de los sueños más antiguos del ser humano, el dominio de la naturaleza, así cada avance que se presente a lo largo de cada situación, tiene la finalidad de incrementar la seguridad del ser humano y su bienestar”.

Se considera que la técnica facilita la labor de cada persona en cualquier ámbito que se desempeñe, debido a que es un conjunto de herramientas que sirven para optimizar la ejecución de tareas determinadas. En tal sentido, Gonzalo, M (2000: pág. 1), plantea que “redactar etimológicamente, significa compilar o poner en orden; en un sentido más preciso, consiste en expresar por escrito los pensamientos o conocimientos ordenados con anterioridad”.

La autora de esta investigación manifiesta que redactar es poner en claro las ideas o pensamientos que se desea expresar en un escrito, teniendo en cuenta sus características de fondo y forma; de tal manera se evidencia la presencia de las técnicas de redacción.

Redactar bien es construir la frase con exactitud, originalidad, concisión y claridad. Nuestro propósito, al escribir estas lecciones, no ha sido otro que el de contribuir a mejorar la redacción de todo el que tenga interés en ello. Para conseguirlo, en distintas fases, procuramos estudiar los errores más frecuentes, llamando la atención sobre aquellos puntos esenciales que deben tenerse en cuenta al escribir.

La Carrera de Secretariado Ejecutivo forma técnicos con habilidades de redacción, administración de información y documentos, coordinación de agendas y otras labores de oficina en el área de secretariado, con conocimientos en tecnologías de comunicación modernas; otro ejemplo sería, las técnicas de estudios implementadas en una institución educativa que ofrecen al estudiante la máxima garantía de aprendizaje de conocimientos diversos y completos. Como se ha mencionado anteriormente, las técnicas

pueden utilizarse en cualquier ámbito laboral, social, y por qué no personal, por tal razón, estas no son consideradas una ciencia.

## **2.2.4. Fundamentación teórica**

### **2.2.4.1 La redacción**

Rojas, M (2012: pág. 13), en el libro Redacción Empresarial sostiene que: “La redacción es transcribir, por escrito, ideas y actitudes con miras a obtener una respuesta favorable del lector. Lo que hacemos al redactar es ordenar las ideas o pensamientos previamente originados”.

Para la autora de esta investigación la redacción es un medio por el que se transmite información de manera escrita, en tal sentido, se concuerda con el autor que al redactar una idea o pensamiento se la realiza de manera ordenada.

### **2.2.4.2 Fases principales en el proceso de la escritura**

Oviera, J (2014: pág. 15), sostiene que “la redacción, concebida como un proceso, ha de llevarse a cabo a través de dos fases principales: una en la que genera y organizan las ideas y otra en la que se produce el texto”.

La autora de esta investigación concuerda con el autor en el sentido que la redacción es un proceso que se realiza antes de transmitir o dejar plasmado una idea, para lo cual se utiliza una serie de fases que permite que la redacción sea entendible.

#### **2.2.4.2.1 Generación y organización de las ideas**

La fase de generación y organización de las ideas, también denominada pre-escritura o pre-redacción, incluye toda una serie de operaciones que se tienen que llevar a cabo antes de escribir el propio texto. Para establecer los diferentes pasos nos podemos plantear las siguientes preguntas.

**Tabla No. 2**

a) ¿Para qué escribo?	Finalidad
b) ¿Para quién escribo?	Destinatario
c) ¿Sobre qué escribí?	Selección y límites de tema
d) ¿Cómo escribiré?	Actitud y tono
e) ¿Dónde encontraré la información necesaria?	Recogida de información
f) ¿Cómo generar las ideas?	Técnicas de generación de ideas
g) ¿Cómo dispondré las ideas en el escrito?	Clasificación y ordenación de las ideas

#### **2.2.4.2.2 La producción del texto**

Esta etapa, a su vez, supone recorrer los siguientes pasos:

**Tabla No. 3**

a) Redacción del borrador	Expresar por escrito las ideas en oraciones y párrafos.
b) Evaluación	Analizar o juzgar el contenido, organización y estilos del borrador.
c) Revisión	Mejorar el contenido, organización y estilo del borrador.
d) Corrección	Corregir los posibles errores gramaticales, de uso, ortográficos y léxicos del borrador.
e) Redacción de la versión definitiva	Llevar a cabo la versión definitiva del escrito.

### **2.2.4.3 Importancia de la redacción**

La importancia de la redacción según Rojas, M (2012: pág 13) expresa el siguiente concepto:

La comunicación escrita es imprescindible en la vida, sobre todo, en el ámbito empresarial. Las empresas manejan y resuelven muchas operaciones por medio de la correspondencia.

La correspondencia es un factor insustituible para el progreso del comercio y la economía de la sociedad en general, por lo que resulta necesario preparar a las personas para que estén en capacidad de redactar documentos eficientes de cualquier tipo. Actualmente, la redacción es directa, sin ambages. Los términos que se usan son conocidos, aplicando el respeto, cortesía, sentido común y tacto.

Respecto a lo planteado por este autor, la autora de esta investigación, concuerda con el concepto definido por el mismo, debido a que la comunicación escrita es algo imprescindible en todo el ámbito empresarial, porque es el medio que todo personal administrativo utiliza para comunicarse y llevar textos efectivos.

### **2.2.4.4 Clasificación de la redacción**

Rojas, M (2012: pág. 13), sostiene lo siguiente que existen diferentes tipos de redacción:

- **Comercial:** es aquella cuyo objetivo fundamental es establecer, de una manera clara y eficaz, una buena relación con fines comerciales. Se emplean documentos de negocios como la carta de crédito, pedido, remisión, información, cobranza, consignación, ventas, promociones, entre otros.
- **Administrativa:** Se utiliza en instituciones públicas y privadas y es de carácter oficial porque comprende asuntos concretos de acuerdo con un ordenamiento legal. Entre ellos están el oficio, la

solicitud, el memorando, la circular, el certificado, la constancia, la resolución, el contrato, etcétera.

- **Técnica:** Estos documentos se utilizan para transmitir los resultados, recomendaciones y opiniones de estudios o investigaciones y cuya información es utilizada, fundamentalmente, para tomar decisiones. Entre ellos destaca el informe.

Según lo mencionado anteriormente existen tres tipos de redacción y cada una de ellas conlleva una función diferente para su realización en la empresa. Sin embargo, la investigación se concentra aún más en lo comercial, que es en donde se realizan documentos de negocios con diferentes tipos de cartas de acuerdo a lo que la institución realiza.

#### **2.2.4.5 Tipos de redacción**

Chamucero, P (2011: pág. 30) considera que existen algunos tipos de redacción que son:

**Redacción académica:** este tipo de redacción es principalmente utilizada por investigadores, científicos y estudiantes.

**Redacción de cartas:** deben estar bien estructuradas de acuerdo a lo que se quiere dar a conocer estas pueden ser de carácter comercial, profesional, etc.

**Redacción periodística:** es la redacción que se utiliza en los periódicos como medio de comunicación para el público.

**Redacción Comercial:** su función queda supeditada al ámbito de los negocios. Es utilizado en las empresas; ha ido adaptándose en los últimos años, incluyéndose en los conceptos de marketing y técnica de ventas.

**Redacción literaria:** se entiende por redacción literaria a la poesía, donde se expresan sentimientos.

**Redacción administrativa:** se refiere a la redacción que utilizan las secretarías en el ámbito empresarial.

Para la tesis de esta investigación considero que todos los tipos de redacción tienen una función y cada una de ellas permite realizar escritos, por ende el tipo de redacción que se utiliza en la Cámara de Comercio de Manta es comercial administrativa, la que permite que la secretaria realice textos de ámbito empresarial.

#### **2.2.4.6 Estilos**

Según Rojas M (2012: pág. 30), en el libro Redacción Empresarial afirma que:

La redacción, es la forma peculiar y personal que tenemos para proyectar nuestra imagen a través de la escritura, porque nos diferencia de los demás. Los elementos fundamentales del estilo son:

- Naturalidad: Es la forma de expresarnos sin afectaciones, tal como se produce la norma de expresión oral cuando hablamos.
- Claridad: Es la manera de manifestar en forma comprensible, con palabras sin rebuscamientos de términos, para evitar toda manifestación de ambigüedad y oscuridad.
- Concisión: Expresamos en forma breve, donde el asunto se enfoque de manera directa, sin eliminar desde luego, los elementos indispensables para la mejor comprensión.
- Cortesía: Es importante expresarnos en forma agradable, discreta para que contribuya a crecer buena voluntad.

La buena voluntad representa un capital efectivo en cualquier institución, pública o privada, comercial, industrial o de servicios.

Emplear un buen estilo en la redacción de documentos, hará que se gane confianza y simpatía de los lectores.

#### **2.2.4.7 Características de la redacción en los textos de la empresa**

La empresa moderna se ve abocada al uso y producción de un sinnúmero de documentos, en los cuales se comunican o transmiten asuntos de mero trámite,

decisiones, órdenes y disposiciones que se dirigen a todos los involucrados internos y externos, con quienes la empresa establece relaciones comerciales o con otros fines. Es en este ámbito donde actúa la secretaria o asistente, quien es la responsable de elaborar los mismos, para lo cual debe tener los conocimientos necesarios para la adecuada y coherente elaboración y producción de los mismos. Por tanto, es necesario a partir de ahora abordar algunos temas de interés que contribuirán a aclarar algunas dudas al respecto.

Blanco, Lobato & Lobato V, (2013: pág. 88) consideran que:

La comunicación escrita en la empresa debe utilizar un lenguaje formal, directo y correcto. No se deben utilizar palabras rebuscadas y complicadas. Es mejor que las oraciones sean cortas y las construcciones gramaticales sencillas. Ante todo hay que evitar cometer errores que provocan confusión al lector, pérdidas de tiempo que transmiten una imagen negativa del que redacta. Tampoco es necesario utilizar términos excesivamente técnicos sino que se debe utilizar un lenguaje directo, llano y sobrio.

Por lo expuesto, por este autor, en consideración a la clase de documentos que se elaboran en la Cámara de Comercio de Manta, recae y coincide con su propuesta en tanto se trata de documentos que contienen una información de carácter formal, dirigida a un público selectivo, en función de los intereses que se persiguen en esta institución en la que se encuentran asociados. Por tanto, para redactar un documento sea oficial o comercial, se debe tener en cuenta el lenguaje formal, directo y correcto para que la transmisión de la información sea entendible y que el mensaje llegue a la perfección.

#### **2.2.4.8 vicios del lenguaje**

Según Júber, A (2015: pág. 207), del libro Lenguaje y Comunicación sostiene lo siguiente:

Los vicios del lenguaje son las incorrecciones que se cometen en hablar o escribir; se atenta contra la corrección y la claridad del lenguaje,

convirtiéndolo en defectuoso e inadecuado. Al pronunciar la palabra o escribirla, no advierten si es correcta; sencillamente la pronuncian o escriben tal como la oyeron o la vieron escrita; consecuentemente, el error se extiende fácilmente.

Para la autora de esta investigación los vicios del lenguaje son errores o empleo inadecuado del vocabulario, que se puede cometer al momento de interpretar un mensaje, pero no sólo el concepto de vicios del lenguaje se refiere al escribir, sino que también a la forma de hablar o dirigirse a una persona con la que se entabla un diálogo, de manera personal o telefónica.

Un documento con incorrecciones revela descuido o ignorancia; causa una impresión desfavorable: escasa cultura, poco o ningún contacto con los libros y personas cultas, y; queramos o no, puede considerarse como una inferioridad cultural. Aprender el uso correcto del idioma significa acudir a modelos y a la práctica. En este sentido, la lectura constante, el uso de un buen diccionario y la puesta en práctica de las mejores formas verbales se convierten en aliados poderosos para elevar el uso del español en nuestra comunicación oral y escrita.

#### **2.2.4.8.1. El barbarismo**

Usar barbarismo es atentar contra la correcta pronunciación y/o escritura de las palabras; es emplear vocablos que no son aceptados por la Academia, ni en reuniones protocolares de la comunidad lingüística.

Una palabra se convierte en barbarismo en los siguientes casos:

- Al agregar uno o más sonidos innecesarios:  
**Fuistes** (fuiste)                      **empalideció** (palideció)  
**Engrampador** (engrapador)      **desaveniencia** (desavenencia).
- Al suprimir uno o varios sonidos:

**fraticida** (fratricida)  
**conciente** (consciente)  
**cuñao** (cuñado).

**ta bien** (está bien)  
**va pal mercado** (va para el mercado)

- Al permutar sonido:

**empaderar** (emparedar)  
**polvadera** (polvareda)

**humanreda** (humareda)  
**dentífrinco** (dentífrico)

- Al acentuar incorrectamente o donde no corresponde:

**intérvalo** (intervalo)

**asimismo** (así mismo)

- Al modificar la pronunciación:

**Extinguidor** (estintor)

**rememoranza** (remembranza)

**doldrá** (dolerá)

**hayga** (haya)

**vacea** (vacía)

**lagrimógena** (lacrimógena)

- Al escribir mal: independientemente de cómo se pronuncie

**q'** (que)

**k'** (que)

**exorbitante** (exorbitante)

#### 2.2.4.8.2. El solecismo

El solecismo es el error que se comete a nivel sintáctico. El diccionario (22<sup>a</sup>. Ed) de la Real Academia Española plantea: “falta de sintaxis; error cometido contra la exactitud o pureza de un idioma”; hoy (23<sup>a</sup>. Ed) lo define como “error cometido contra las normas de algún idioma” (RAE, 2014). Este vicio lingüístico viola las reglas de concordancia, va contra el régimen de construcción de frases, proposiciones y oraciones.

1. Dequeísmo: Es el uso innecesario de la preposición de antes de la conjunción subordinante que. Ejemplos:

a. Dijo **de** que volvería el Lunes (Dijo que volvería el Lunes)

b. Piensa **de** que tenías razón (Piensa que tenías razón)

2. Queísmo: Se incurre en este vicio cuando - siendo necesario – se suprime la preposición de ante la conjunción que ejemplos:

a. Pedro convenció a su hijo **que** debía hacer la tarea.  
(Pedro convenció a su hijo de que debía hacer tareas)

b. Me alegra **que** vivas feliz  
(Me alegra de que vivas feliz)

3. Laísmo, leísmo y loísmo: estos vicios ocurren cuando se les da a los pronombres átonos (la, las, le, les, lo, los) funciones que no le corresponden. Ejemplos:

a. Juan ama a sus hermanas (Juan las ama)

b. José regaló una bicicleta a su hijo (José le regaló)

c. Esteban compró un terreno. (Esteban lo compró).

#### **2.2.4.8.3 Gerundio**

Es derivado verbal o forma no personal que termina en “ando, endo” para verbos conjugados en primera persona, los terminados en ar, y en “iendo” para los verbos conjugados en segunda persona y tercera persona, los terminados en er, ir.

##### **2.2.4.8.3.1. Empleo correcto del gerundio**

a) expresa acción simultánea a la del verbo principal al que está supeditado:

- Silvia ingresó su cuarto cantando.
- Ve a la niña moviendo las manos vacías.
- Luis entró al salón saltando de alegría.

b) Expresa acción anterior a la del verbo principal al que está supeditado:

- Escuchando música esperaba a su amada.
- Rezando cada día el inculpado esperaba justicia.
- Habiendo leído “Por quién doblan las campanas”, Estéfani elaboró un resumen.

Sin embargo, de los ejemplos expuestos, es importante señalar que para el caso de redacción de documentos administrativos, las normas vigentes señalan que no es correcto empezar un párrafo con gerundio. Ejemplos:

- Contestando su atenta carta de.....

**En respuesta a su carta de.....**

- Esperando su amable respuesta.....

**En espera de su amable respuesta....**

#### **2.2.4.8.3.2. Empleo incorrecto del gerundio**

Evite que el gerundio exprese una acción posterior a la del verbo principal al que está supeditado o modificado al sustantivo, excepto hirviendo y ardiendo: iba la niña con una vela ardiendo o se quemó las manos con agua hirviendo.

- Llevó una bolsa conteniendo perlas preciosas (incorrecto).
- **Llevó una bolsa que contenía perlas preciosas** (correcto).
- La vecina perdió su niño el día lunes por la mañana, encontrándolo después jugando junto a un basural. (Incorrecto)
- **La vecina perdió a su hijo el día lunes por la mañana y lo encontró después jugando junto a un basural.** (Correcto).

#### **2.2.4.8.4 Uso del adverbio**

Según Sánchez (2006: pág. 44) puede definir a los adverbios como “son palabras que modifican a los verbos (el tren marchaba rápidamente), a los adjetivos (eran unos animales terriblemente feroces) o a otros adverbios (Juan vive muy lejos)”.

La tesista de esta investigación concuerda con el autor, debido a que los adverbios es la parte invariable de la oración que modifica directo al verbo.

El adverbio más no puede combinarse con los adjetivos comparativos mejor, peor, inferior, superior:

- Este trabajo está más mejor que el mío.  
**Este trabajo está mejor que el mío.**

- Marcos salió más primero que tú.  
**Marcos salió primero que tú.**

Tampoco el adverbio más en vez de mucho, con el adverbio antes, después:

- Tú llegaste más después que Silvia.  
**(Tú llegaste mucho después que Silvia).**
- Samuel terminó más antes que tú.  
**(Samuel terminó mucho antes que tú).**

Ciertos adverbios poseen un rasgo propio de los nombres (adverbios nominales): pueden ir complementados por nombres o grupos nominales (o adverbiales) precedidos de la preposición de.

- Cerca de mi casa (De Juan, de mí, de aquí).
- Lejos del pueblo (De esa casa, de Lima, de allí, de ser tímido).
- Delante de vosotros (De mí, de ti, de sí, del avión, de la multitud).
- Detrás de ustedes (Del armario, de eso, de la mesa, de allí).

#### **2.2.4.8.5 Redundancia**

Denominado también pleonismo, consiste en la repetición innecesaria de las palabras o conceptos. Ahora bien, si la redundancia afea la expresión, es un vicio que lo debemos evitar. Y si permite dar claridad y fuerza al texto, se constituye en una opción necesaria para desarrollar una mejor comunicación en el plano oral y escrito.

#### 2.2.4.8.6. La anfibología

Denominada también ambigüedad, ocurre cuando empleamos una palabra de manera inapropiada en la construcción oracional o cuando plasmamos una idea de modo confuso. Por ejemplo, si decimos: Se venden ternos para varones de segunda. No está claro. No sabemos si los ternos a los varones son de segunda. Debe ser: Se venden ternos de segunda para varones, o Se venden, para varones, ternos de segunda. Es asunto de buscarle claridad al texto.

#### 2.2.4.8.7. La monotonía

Consiste en el uso excesivo, inapropiado e indebido de una palabra, y su raíz se profundiza en la pobreza lexical del hablante. La persona que conozca sólo un número limitado de palabras se verá obligada a emplear reiteradamente un mismo término. Para salir de este defecto lingüístico, la manera eficaz es la lectura cuidadosa y continua de textos que muestren un nivel elevado de uso de nuestra lengua.

La monotonía se presenta de diversas formas:

- a) Las muletillas o expresiones de apoyo: Es una palabra o frase que se repite mucho por hábito, recurren al uso repetitivo de palabras o frases.

Por ejemplo:

- **O sea**, en el Perú y en otros países de América, **o sea**, se usa el verbo canibalizar con el sentido, **o sea**, de “desmantelar, desarmar una máquina para, **o sea**, aprovechar sus piezas, como repuestos, en otras máquinas semejantes”.

- b) Uso impreciso de términos como hacer, poner, algo, tener, cosa. Estos términos, por servir para muchos objetos y acciones, acaban por ser inútiles para explicar lo que necesitamos. Ejemplos:

- **Hacer una zanja**  
(Por construir una zanja).
- **Hacer una solicitud**

(Por redactar una solicitud).

- **Mario tuvo un segundo puesto**

(Por Mario ocupó el segundo puesto).

### 2.2.4.9 La Carta

Según Marueco (2013: pág. 126) en su libro Manual Práctico de Administración trata lo siguiente:

Una carta es un documento que escribe una persona o empresa con el fin de mantener relaciones con el entorno externo de la misma: clientes, proveedores, acreedores, deudores, entre otros.; por tanto, la carta representa la imagen corporativa o de la persona que la firma, pero además, suministra como el logo corporativo, la dirección, el número de fax, los teléfonos de contactos, la dirección de su web, y también permite informar o comunicar algo sobre algún hecho a través del texto que porta la propia carta.

Para la autora de esta investigación, la carta es un medio de comunicación escrita por el cual se informa o comunica algo sobre algún asunto al que se quiere tratar con el fin de mantener relaciones en el entorno externo e interno de la empresa.

La carta está destinada a cumplir una misión concreta y se divide en:

- **Privadas:** Incluyen las cartas personales o familiares y son las comunes van dirigidas a los amigos y familiares.
- **Comerciales:** Su contenido está relacionado con los negocios; compras, ventas, pedidos, cotizaciones, cobros, remisiones y similares.
- **Oficiales o formales:** Son las que tratan asuntos de las dependencias oficiales; oficinas gubernamentales, universidades, escuelas y demás.

#### **2.2.4.10 Estilos de la carta**

Según Chamucero P (2011: pág. 25), define a los estilos de la carta con lo siguiente:

Cuando escribimos una carta comercial o de negocios debemos guardar ciertas normas de presentación para mantener el mismo estilo desde el saludo o comienzo hasta el final, despedida y firma. Los estilos más utilizados son:

- **Bloque modificado (bloque)**

Es donde la despedida, la antefirma y la firma se escriben con alineación a la derecha.

- **Profesional (semibloque)**

Se utiliza sangría en el saludo y al comienzo de cada párrafo la firma y la antefirma se escriben desde el centro hacia la derecha.

- **Bloque extremo**

Consiste en escribir toda la carta empezando en el margen izquierdo del papel y no se utiliza ninguna sangría de primera línea de párrafo.

#### **2.2.4.11 Normas para escribir una carta**

Según Jiménez (2013) en el libro Gestión auxiliar de documentos económico, administrativo y comercial, sostiene lo siguiente:

Para escribir una carta de forma correcta, tendremos que seguir algunos de los consejos que le proponemos a continuación.

- Una carta nunca deberá ir escrita a mano ya que esta característica sólo será aplicada a las cartas personales.
- Se deberá tener especial cuidado con la presentación que deberá ser impecable, ya que representa, como hemos comentado con anterioridad, la imagen de la corporación; por lo tanto, la primera impresión que deberá causar una carta a su destinatario tendrá que ser lo más

favorable posible. Por ello, habrá que cuidar tanto las formas como el fondo, esto se consigue usando un papel de calidad, sin arrugas ni manchas, utilizando correctamente los márgenes, la separación interlineal, la separación entre párrafos, el tipo de letra, una correcta redacción, una correcta utilización del lenguaje, claridad en los conceptos, así como el uso correcto de la ortografía.

- Es conveniente usar papel blanco, de buena calidad y preferiblemente en tamaño DIN A4 (21,5 x 29,5 cm), ya que es el tamaño más utilizado por las impresoras, aunque también se permite usar el tamaño 21,5 x 35 cm.
- Se utilizará un tipo de letra correcta y a ser posible no utilizar más de una. Los tipos más utilizados son: Times New Roman o Arial Helvética; también evitaremos el uso de letras excesivamente decorativas o informales; por último, destacaremos el aspecto del tamaño, este no deberá superar el valor 12.
- Algunas empresas usan sobres personalizados en los que se añade el logotipo de la misma y sus datos identificativos que, a diferencia de las cartas personales, suelen estar ubicados en la parte delantera del sobre y a menudo suelen disponer de ventanillas, por lo cual, una vez cerrado éste, se podrá ver el nombre y la dirección del destinatario. De no llevar el sobre ventanilla, los datos del destinatario se ubicarán normalmente en la parte superior derecha, tres líneas más abajo se indicará la fecha y el lugar desde donde se ha escrito la carta.
- En algunas cartas se pueden usar las fórmulas S/ref (su referencia) o n/ref (nuestra referencia) con el fin de indicar el usuario o la referencia de que se trata. (Pág. 15, 16).

#### **2.2.4.12 Partes en las que se divide una carta**

1. **Encabezado:** Es la parte que forma el comienzo del escrito, ésta a su vez se divide en:
  - **Membrete:** lugar en donde se alojarán los datos relativos al remitente (persona o entidad que envía la carta). Deberá

consignarse el nombre completo o la razón social de la empresa, la dirección completa y el número de teléfono, también se podrán indicar datos como: el número de fax, la dirección de la web, la dirección de correo electrónico, etc.

El membrete suele ir acompañado del logotipo de la empresa.

- **Destinatario:** Se indicarán los datos y la dirección de la persona física o jurídica a quien se dirige la carta.
- **Fecha:** Se deberá señalar el lugar y la fecha en la que se escribió la carta. El día se indicará en número, el mes en letras y el año completo en número sin colocar el punto de separación de los millares, tampoco se deberá poner el punto final.

Por ejemplo puede ser:

Madrid, 15 de agosto de 2018 o Madrid agosto 15 de 2018.

- **Referencia:** Nos permite identificar la carta por medio de abreviaturas compuestas de letras y números, de modo que, podemos indicar el asunto sobre el que trata la carta, el número de expediente o simplemente la respuesta a una carta determinada. Algunas fórmulas usadas son:
  - S/ref. (sus referencias): Permite al destinatario localizar el expediente correspondiente a la carta recibida.
  - N/ref. (Nuestras referencias): Identifica la carta o el expediente.
- **Asunto u objeto:** Expresa brevemente el contenido de la carta.
- **Línea de atención:** Si en la dirección se ha señalado a una entidad o expresa determinada pero se desea que la carta vaya dirigida a una persona o departamento concreto, se podrá usar la línea de atención con fórmulas como: “**A la atención de**” seguida del nombre completo o el cargo de la persona a quien nos dirigimos.

Un ejemplo puede ser: **A la atención del Sr. Rafael Díaz Álava o a la atención del Director de Recursos Humanos.**

- **Saludos:** Nos permite iniciar la carta de manera cortés. Aquí, las palabras más usadas deberán ser breves y dependerán en gran medida del grado de confianza que se tenga con el destinatario. Otro aspecto a tener en cuenta es la de evitar las típicas fórmulas como:

**Estimado o señor o estimada señora.**

Cuando se conoce al destinatario, se podrá usar la siguiente fórmula: **Estimado Sr. Martínez**, si se desconoce a éste, bastará con: **Estimado Señor:**

Otras fórmulas válidas pueden ser, por ejemplo:

**Querido amigo: o Apreciado cliente:**

2. **Cuerpo:** En esta parte es donde se expondrá el motivo de la carta (pedido, reclamación, información, etc.). La expresión deberá ser clara, sencilla y concisa, para ello, será necesario tener una idea clara de aquello que se pretende exponer, usar un lenguaje sencillo evitando expresiones excesivamente formales o las redundancias (decir lo mismo dos veces), también será preciso colocar las ideas de forma ordenada para que el destinatario no se pierda en el mensaje. El cuerpo de la carta normalmente se divide en tres partes:
  - **Introducción:** Parte inicial cuyo objetivo es captar la atención del destinatario.
  - **Exposición:** Parte central donde se detalla de forma clara y concisa el motivo de la carta.
  - **Conclusión:** Parte final de la carta en la que se concluye la misma.
3. **Cierre:** Es la parte final de la carta. En ella podemos encontrar los siguientes elementos:

- Despedida: La fórmula usada en esta parte de la carta deberá ir en consonancia con la de la cabecera o encabezado, ya que no sería correcto usar una forma muy cordial o demasiado solemne en la cabecera para después usar una despedida informal o demasiado coloquial. Algunas fórmulas empleadas son las siguientes:
  - Atentamente o Cordialmente.
  - Reciba un cordial saludo o reciba un atento saludo.
  - Estamos a su disposición.
  - Aprovecho la ocasión para saludarle atentamente.
  - Se despide atentamente.
- **Firma:** La firma da autenticidad al escrito y lo valida jurídicamente, por ello, debajo de la fórmula de despedida (unas cuatro líneas por debajo), deberá ir el nombre y la firma manuscrita (aunque en ocasiones ésta suele ir impresa) que se situará por encima del nombre del firmante. En el caso de que existan varias firmas, la de la persona con mayor posición jerárquica se situará a la izquierda.
  - La persona firmante de la carta puede delegar o autorizar la firma de la misma a otra persona en su nombre, en ese caso, se indicará tal circunstancia por medio de las abreviaturas: P.O. (por orden) o P.P (por poder)
- **Adjuntos o anexos:** Indica los documentos que acompañan a la carta (facturas, pedidos, etc.). Se deberá indicar el número de página para que en caso de extravío podamos cotejar los datos.
- **Posdata:** Recuerda un hecho importante, ésta deberá ser breve.

#### **2.2.4.13 La carta comercial**

Escudero A. (2012: Pág. 116), expresa “La carta comercial es la más importante de las comunicaciones escritas, y uso de los medios utilizados por la empresa para comunicarse con el exterior. Su contenido debe ser formal,

oficial y/o confidencial, pues sirve como medio de comunicación entre dos empresas o bien una empresa y un particular, o viceversa”.

Se considera que la redacción comercial es el medio por el cual la empresa tiene comunicación con sus clientes, externos e internos y por ende debe ser realizada con responsabilidad, puesto que, todos estos documentos contienen información de alto grado de confidencialidad.

La carta debe ser un fiel reflejo de la imagen que queremos transmitir, tanto a nivel personal como de empresa; es nuestra tarjeta de presentación, sobre todo cuando se envía a desconocidos. Por ello, es conveniente que se prepare y redacte la forma que despierte el interés del destinatario. Si una carta es excesivamente larga, aburre y dispersa la mente; y si es incorrecta, compleja o de difícil interpretación, resulta molesta, incómoda; y se deja a un lado sin leer.

#### **2.2.4.14 Características de la carta comercial**

Blanco y Lobato (2009: pág. 115) en el libro Comunicación empresarial y atención al cliente, sostiene lo siguiente:

La correspondencia comercial tiene unas características propias y diferentes del resto de los escritos no comerciales. El trato respetuoso que deben presentar los textos comerciales, así como la amabilidad de los mismos, confiere a este tipo de comunicación una identidad propia y diferenciadora del resto de las comunicaciones escritas.

Al redactar una carta comercial debemos analizar bien el tipo de situación en que nos encontramos, quién es el destinatario, qué relación queremos mantener con él, qué queremos comunicar y cuál es el tono con el que deseamos recibir el mensaje:

- Es aconsejable un tono cordial y respetuoso.
- Es desaconsejable un tono agresivo, irónico, sarcástico o crítico.

Hay que mantener siempre la amabilidad y la cortesía, especialmente en mensajes negativos (reclamaciones, quejas, denegaciones) el tono amable se

consigue también usando fórmulas de cortesía propia del lenguaje escrito, como saludos y despedida. También ayudan a mostrar amabilidad todas las fórmulas que muestren disponibilidad, por ejemplo:

- “Quedo a su disposición”.
- “No duden en ponerse en contacto con nosotros para cualquier consulta”.

En las cartas comerciales los textos cortos y el lenguaje claro favorecen la comprensión del mensaje.

Se considera que todas y cada una de estas características permiten realizar un texto efectivo y que el mensaje que se quiere transmitir sea conciso, preciso y concreto, no se debe excluir ninguna de ellas porque cada una forma parte importante de la redacción de documentos.

La carta comercial debe reunir ciertas condiciones psicológicas, lingüísticas y formales:

### **Psicológicas**

- Tener en cuenta la redacción y los intereses del destinatario.
- Expresar una actitud cortés y afable.
- Tratar de impresionar positivamente al destinatario.
- Buscar una reacción por parte del lector que sea favorable a los intereses de la empresa.

### **Formales**

- Brevidad, organización, claridad, concisión y precisión o exactitud.
- Información completa (referencias a notas anteriores, a recibos, a cifras, fechas, antecedentes, etc.).
- Elementos de fundamentación o sustentación de aquello que se solicita o se rechaza, si la carta es argumentativa.
- Presentación agradable.

## **Lingüísticas**

- Frases cortas.
- Vocabulario exacto o cortés.
- Oraciones completas.
- Correcta organización sintáctica.
- Eliminación de abreviaturas.
- Puntuación adecuada al sentido que se quiere expresar.
- Uso de los elementos cohesivos que interrelaciones y los párrafos.
- Corrección ortográfica y gramatical.

### **2.2.4.15 Tipos de cartas comerciales**

León M (1995: pág 25) en su libro Redacción Comercial nivel dos, expresa que existen algunos tipos de cartas comerciales entre ellas:

#### **2.2.4.15.1 Carta de renuncia**

La carta de renuncia a un cargo es un asunto de cortesía, requisito legal y de trámite interno de una institución.

Características:

- Contenido preciso, cortés y sencillo.
- Extensión breve. No requiere de más de dos párrafos.
- Argumentos verdaderos.

Se considera que la carta de renuncia es la que genera el empleador, con el objetivo que quede como constancia la justificación del por qué el empleador se retira de sus labores.

#### **2.2.4.15.2 Carta de pedido**

Tarodo C (2014: pág 77), sostiene que la carta de pedido “Es aquella que detalla la compra del producto. Debe contener las clases de productos, las

cantidades de productos, los precios unitarios, el importe total, la forma de pago, los descuentos, el plazo de entrega y el lugar de recepción”.

Concuero con lo que sostiene el autor, debido a que la carta de pedido es en donde se detalla la compra de productos, en lo cual se detalla todo el pedido de la mercadería que se va a realizar.

#### **2.2.4.16 Objetivo de la carta comercial**

Bosticco M (2016: pág 30) sostiene lo siguiente, muchas cartas comerciales tienen un triple objetivo de las cuales son:

- Transmitir un mensaje del remitente al destinatario.
- Hacer reaccionar al destinatario.
- Hacer que el destinatario reciba una buena impresión del remitente y de su empresa.

Un gran porcentaje de los miles de cartas comerciales que se envían cada día, no solo no consiguen los objetivos dos y tres, sino tampoco el principal, es decir, transmitir un mensaje claro e inequívoco al destinatario.

Ciertamente, escribir cartas no es una tarea fácil; básicamente, deben tener claridad, simplicidad, brevedad y cordialidad.

La escritura clara es el resultado del pensamiento claro y, a la inversa, la escritura confusa es el resultado del pensamiento confuso. Por lo tanto, la primera regla es: pensar antes de escribir. Decidir qué es lo que quiere decir antes de lanzarse a convertir los pensamientos en palabras. Esta idea puede parecer muy básica, casi elemental, pero numerosos ejecutivos se quejan de que no tienen tiempo para pensar antes de ponerse a escribir, lo que les conduce a redactar informes poco convincentes.

Primeramente conviene organizar la mente antes de redactar, luego anotar los puntos de la carta que se va a responder, y mencionar cada uno en el momento adecuado. Incluir en un mismo punto tres reflexiones no significa

brevidad, sino más bien confusión. Cuando un punto está desarrollado hay que redactar otro, y no parafrasear ni repetir lo mismo a lo largo del texto.

Cuando se han plasmado los argumentos brevemente, se debe dar al destinatario una indicación clara y correcta de lo que se requiere de él o ella. Más de una carta divaga exponiendo y planteando un argumento hasta que se agota, dejando al destinatario con la duda de para qué se le requiere. Si se está buscando una ayuda para resolver un problema, se debe expresar claramente al final de la carta. Si simplemente se están exponiendo unos hechos propicios para actuar de una cierta manera, entonces hay que dejarlo también muy claro.

#### **2.2.4.17 La elección de las palabras**

Bosticco M (2016: pág 36) en el libro Cartas de negocio eficaces expresa lo siguiente.

La claridad y sencillez de las cartas dependerá, obviamente, de la elección de las palabras, pero primero sería bueno crearse el hábito de utilizar el número imprescindible de palabras para expresar lo deseado.

No es fácil deshacerse de las palabras superfluas. Lea cada una de las frases de su carta y contéstese a usted mismo: ¿Es realmente necesaria esta palabra?, ¿cambiará el sentido si la elimino?, si su respuesta es no, entonces quite la palabra redundante, la carta ganará en claridad y concisión con esta operación de limpieza.

Si acepta este consejo y empieza a releer cartas anteriores con un bolígrafo en la mano, la operación de limpieza no tardará en anular un buen número de frases innecesarias, esos elementos arcaicos del lenguaje comercial que todavía perduran en algunas cartas de empresa. Las frases repetidas son las herramientas de los perezosos. Lo tienen todo demasiado predispuesto en sus mentes, liberándose al redactar del esfuerzo de pensar.

La autora concuerda con esta acepción, porque antes de redactar una carta se debe tener en cuenta la elección de palabras, y que cada una de ellas esté

acorde con lo que se quiere decir sin que exista ambigüedad o algún vicio del lenguaje que obstaculice en el mensaje que se quiere transmitir.

#### **2.2.4.18 Frases que se pueden eliminar**

- a corto plazo.
- a la espera de su respuesta.
- a la espera de vernos.
- favorecidos por su oferta.
- a la espera del placer de.
- aceptando sus órdenes de.
- Actualmente.
- Actualmente en nuestra posición.
- Acusamos recibo de.
- Adjunto.
- Adjunto encontrará.
- Al recibir.
- Anexo.
- Aprovechamos esta ocasión.
- Asegurándole nuestra atención.
- Como respuesta a su.
- Como respuesta en su honor.
- Cuidadosamente anotado.

A modo de ayuda para los lectores, también proponemos sustituir algunas frases que resulta poco adecuadas por las palabras o las frases siguientes:

**Tabla No. 4**

En los próximos días	Muy pronto (o, mejor todavía, sea preciso y proporcione una fecha)
Actualmente en nuestro haber	Ha llegado
Lo antes posible	Tal cual si no tiene prisa o lo más pronto posible.
Le rogamos	No ruegue, vaya directo al grano y diga lo que tenga que decir.
Comunicado	Carta o informe o lo que sea.
Deseamos informarle de que	Lo mismo que para le rogamos, diga de lo que se trata.
Nos ha llegado	Ha llegado.
Ha sido enviado	Precisar si por barco, por correo o por otro medio o más sencillamente sustituya por enviado.
Adjunto le remito	Les adjuntamos.
Próximamente	Muy pronto o mejor de una fecha.
Hemos notado con interés	Nos sentimos interesados por.
Tome nota de	Suprimir, exprese con claridad.
Por correo separado	Precise lo que usted entiende por correo, carta, paquete u otro
Usted mismo	Usted.
Sentimos tenerle que informar	Nos sabe mal tenerle que informar de que o una expresión similar
Tenemos el placer de hacerle saber que	Estamos muy contentos de informarle que

La mayor parte de esas frases hechas resultan inútiles, sin embargo, esto no significa que cada una de las frases comerciales tenga que ser evitada por el escritor prudente.

Una frase hecha es también una cuestión de opinión. Si se ha pensado suficientemente lo que se quiere decir y el empleo correcto de una locución encaja con una determinada frase, entonces nada puede objetarse sobre su uso. Por otro lado, en cambio, si se utiliza un cliché porque es lo primero que viene a la mente, entonces el texto sí que corre el peligro de confundir.

Se debe cultivar el hábito de buscar en el diccionario la palabra que se quiere utilizar. Es sorprendente la frecuencia con que las palabras son utilizadas sin que expresen exactamente el contenido que se pretende.

#### **2.2.4.19 Abreviaturas comerciales**

Según Blanco, Lobato & Lobato Villegrá (2013: pág. 92) en su libro Comunicación y atención al cliente consideran que:

La expresión escrita de algunas palabras puede hacerse mediante una o varias de sus letras para acortar el texto.

Las abreviaturas se crean normalmente eliminando alguna de las letras o sílabas finales o centrales y siempre terminan con un punto, aunque en alguno de los casos pueden sustituirse por una barra inclinada (\*/\*) como, por ejemplo, calle (\*c/\*). Cuenta corriente (“c/o”). Cada uno (“c/u”).

Hay que recordar que las abreviaturas, mantienen siempre las tildes de sus palabras de origen, por ejemplo, “pág” por página o “admón.” Por administración.

El uso de mayúsculas en las abreviaturas depende del contexto en el que aparecen. Por ejemplo. “a.C” (no “A.C.”) por antes de Cristo o “a.D.g” por a Dios gracias. Sin embargo, hay situaciones en las que esta regla no se sigue. Por ejemplo, siempre se escriben con mayúsculas los tratamientos (“D.”, “Sr”, “S.A.R.”) y algunas abreviaturas muy comunes (como “P. V. P.” o “D. E. P.”).

Las formas plurales de las abreviaturas dependen de su forma de construcción. Si la abreviatura se obtuvo eliminando alguna sílaba final, la forma normal de usarla en plural es mediante la adición de una “s” al final (por ejemplo, “págs”).

Si al eliminar letras o sílabas solo quedó una letra, el plural se expresa duplicando dicha letra (por ejemplo, “EE.UU”. por Estados Unidos).

En opinión de esta autora, concuerda con lo mencionado anteriormente, debido a que muchas veces las abreviaturas son utilizadas de manera incorrecta porque en algunas ocasiones son necesarias utilizarlas y a veces omisas.

#### **2.2.4.20 Como redactar una carta comercial**

Blanco, Lobato & Lobato Villegrá (2013: Pàg. 109) sostiene que:

Los pasos para redactar eficazmente una carta comercial pueden resumirse de la siguiente manera:

- Analizar la situación: la manera óptima de comenzar una carta no es escribiendo, sino pensando. Debemos reflexionar sobre la situación que ha generado la necesidad de la carta: ¿A quién me dirijo?, ¿En nombre de quién?, ¿Quién va a leerla?, ¿Qué espero del receptor?, ¿Qué imagen deseo transmitir de mí mismo o de mi empresa?, ¿Cuál es el tono más adecuado?, ¿Cómo me imagino el texto?, ¿Será corto o largo?.
- Generar ideas: podemos tomar nota de todo aquello que creamos que puede sernos útil.
- Seleccionar la información: hay que tener clara la idea básica del texto.
- Establecer un orden: Hay que decidir que introducción queremos presentar, en qué párrafo expondremos la idea principal del texto, si es preciso suministrar información previa, etc.
- Redactar: conviene tener presente en todo momento al destinatario y el contenido para elegir el estilo más adecuado y que las ideas presenten una secuencia lógica.

- Revisar: no significa limitarse a corregir, sino mejorar el texto: modificar, frases, cambiar términos repetitivo, eliminación de palabras inútiles, búsqueda de sinónimos precisos, corrección de errores y, si fuera necesario consulta de gramáticas y diccionarios.
- Valorar: Después de una lectura final tenemos que decidir si la carta está acabada y si estamos satisfechos del resultado.
- Pulir: Debemos utilizar todos los recursos disponibles para conseguir que el texto tenga una presentación cuidada y atractiva.

#### **2.2.4.21 Márgenes de una carta comercial**

Rojas, M (2012: pág. 61) considera que: Los márgenes de una carta comercial se adecuarán a la mejor presentación del documento y podrán variar proporcionalmente, de acuerdo con el texto del contenido y el tipo de letra que se use. En términos generales, el margen superior será más amplio que el interior y el margen izquierdo será mayor que el derecho. Sin embargo, es preferible ajustarse a las siguientes medidas:

- **Margen superior:** 3 a 5 espacios verticales a partir de la base del membrete.
- **Margen inferior:** 4 a 8 espacios verticales a partir del borde final de la hoja.
- **Margen izquierdo:** 12 a 18 espacios horizontales a partir del extremo izquierdo de la hoja.
- **Margen derecho:** 8 a 10 espacios horizontales a partir del extremo derecho de la hoja.

## 2.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE MANTA, AÑO 2017.

**Pregunta 1.** ¿Cuáles son los documentos comerciales que más utiliza?

**Tabla No. 5**

ITEM	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Cartas	7	87.5%
Memorandos	0	0%
Cartas circulares	0	0%
Informes	0	0%
Convocatorias	1	12.5%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Gráfico No. 1**



Fuente: Cámara de Comercio de Manta  
 Autor: Camacho Zambrano Joyce

### **Análisis e interpretación**

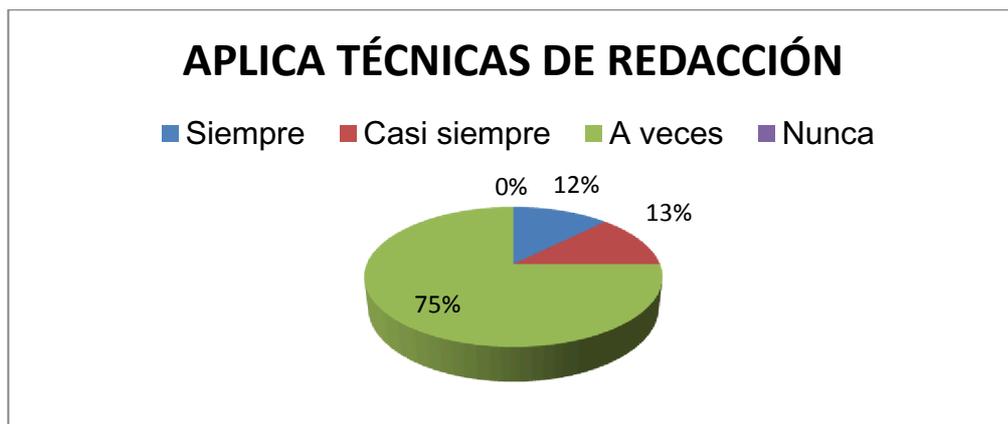
Al evaluar esta pregunta se comprobó que el documento que más utiliza el personal administrativo es la carta (87.5%), lo cual se comprende naturalmente, por tratarse de una institución de carácter privado, mientras que las convocatorias son utilizadas en porcentaje mucho menor (12.5%).

**Pregunta 2.** ¿Aplica usted las técnicas de redacción para la elaboración de documentos?

**Tabla No. 6**

ITEM	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Siempre	1	13%
Casi siempre	1	13%
A veces	6	75%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Gráfico No. 2**



Fuente: Cámara de Comercio de Manta  
 Autor: Camacho Zambrano Joyce

### **Análisis e interpretación**

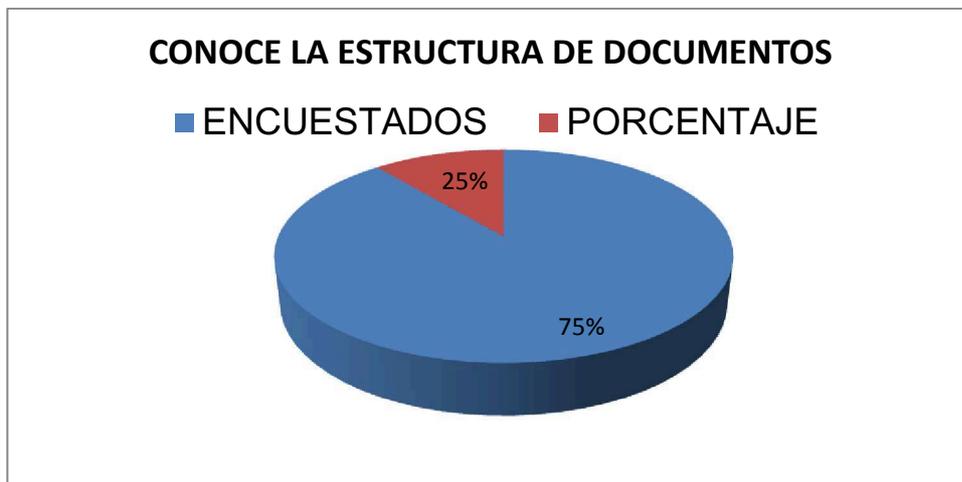
De las ocho personas que forman parte del área administrativa de la Cámara de Comercio de Manta, 6 de ellas (75%) respondieron que a veces si utilizan las técnicas de redacción para la elaboración de documentos, lo cual denota la poca importancia que se da a la aplicación de estos aspectos importantes para que haya claridad y orden en la redacción.

**Pregunta 3.** ¿Conoce usted la estructura que deben tener los documentos de uso diario en la oficina?

**Tabla No. 7**

ITEM	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	6	75%
NO	2	25%
<b>TOTAL</b>	8	100%

**Gráfico No. 3**



Fuente: Cámara de Comercio de Manta  
 Autor: Camacho Zambrano Joyce

### **Análisis e interpretación**

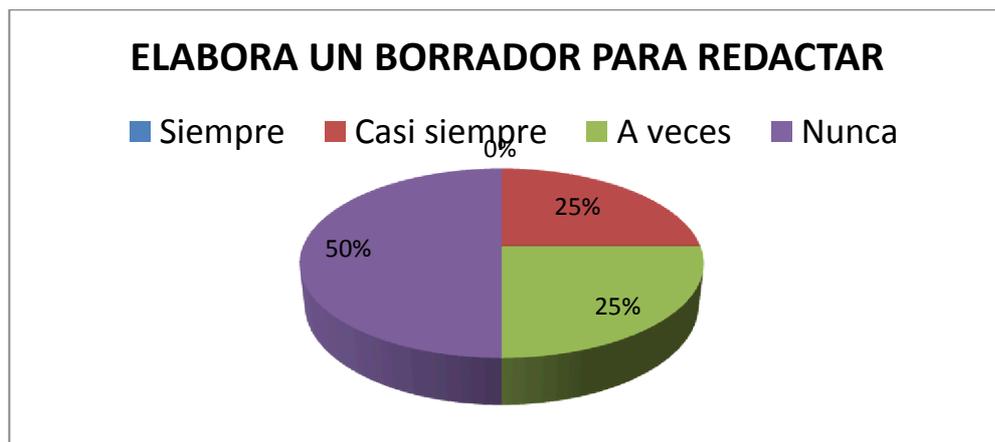
De acuerdo al resultado obtenido mediante esta pregunta, 6 personas (75%) respondieron que si conocen la estructura de los documentos que se usan en el área administrativa de la Cámara de Comercio de Manta, mientras que 2 personas que corresponden al (25%), respondieron que no la conocen.

**Pregunta 4.** ¿Elabora un borrador al momento de redactar antes de producir un documento?

**Tabla No. 8**

ITEM	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Casi siempre	2	25%
A veces	2	25%
Nunca	4	50%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Gráfico No. 4**



Fuente: Cámara de Comercio de Manta  
 Autor: Camacho Zambrano Joyce

**Análisis e interpretación**

De las 8 personas encuestadas 4 de ellas (50%), supieron responder que nunca hacen un borrador al momento de redactar un documento, mientras que 2 (25%) respondieron que casi siempre la utilizan para redactar, y las 2 personas restantes (25%) respondieron que a veces.

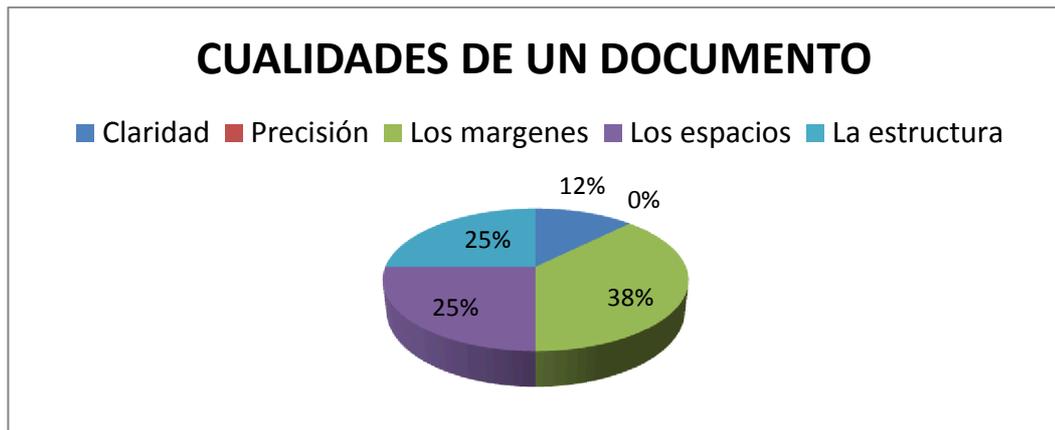
De acuerdo al análisis de la encuesta se puede observar que un 50% nunca realiza un borrador antes de redactar, esto indica que el personal administrativo no opta por utilizar esta forma de incluir ideas antes de la carta final.

**Pregunta 5.** De las siguientes ¿Cuáles son las cualidades que se deben identificar en un documento?

**Tabla No. 9**

ITEM	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Claridad	1	13%
Precisión	0	0%
Los espacios	3	37%
Los márgenes	2	25%
La Estructura	2	25%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Gráfico No. 5**



Fuente: Cámara de Comercio de Manta  
 Autor: Camacho Zambrano Joyce

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a la encuesta realizada y a los resultados obtenidos se puede definir que de las 8 personas encuestadas, 3 de ellas (37%) respondieron que una de las cualidades que debe tener un documento es la utilización de los márgenes, así mismo 2 de ellas (25%) respondieron que los espacios y la estructura forman parte de las cualidades que tiene un documento, mientras que sólo 1 persona (13%) manifestó que la claridad es una cualidad que debe tener un documentos para que tenga un entendimiento en el mensaje que se quiere transmitir.

**Pregunta 6.** De los siguientes ¿Cuál es el estilo que más utiliza para elaborar cartas comerciales?

**Tabla No. 10**

ITEM	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Bloque	0	0%
Semi Bloque	0	0%
Bloque Extremo	0	0%
Ninguno de ellos	8	100%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Gráfico No. 6**



Fuente: Cámara de Comercio de Manta  
 Autor: Camacho Zambrano Joyce

### **Análisis e interpretación**

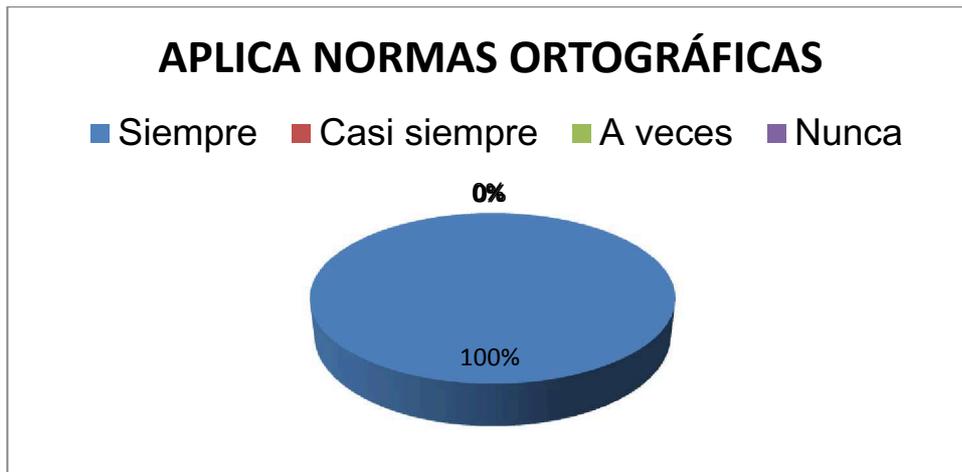
De acuerdo a la pregunta planteada se puede observar que en su totalidad respondió que ninguno de ellos (100%) son los estilos que deben utilizar para la elaboración de cartas comerciales y cartas en general, por ende se observa mediante la tabla y el gráfico que la empresa desconoce cuáles son los estilos para para redactar.

**Pregunta 7.** ¿Aplica usted las normas ortográficas y gramaticales para la elaboración de documentos?

**Tabla No. 11**

ITEM	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Siempre	4	100%
Casi siempre	0	0
A veces	4	0
Nunca	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Gráfico No. 7**



Fuente: Cámara de Comercio de Manta

Autor: Camacho Zambrano Joyce

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a la pregunta realizada al área administrativa de la Cámara de Comercio de Manta, y siendo esto un 100% en sus respuestas se manifiesta que siempre utilizan normas ortográficas, esto hace el personal administrativo tenga una buena imagen y no solo como imagen personal sino para la empresa.

**Pregunta 8.** Considera usted que si se realiza un manual de redacción comercial en la empresa, mejorará la gestión administrativa y dará apertura a nuevas relaciones comerciales

**Tabla No. 12**

ITEM	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	8	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	8	100%

**Gráfico No. 8**



Fuente: Cámara de Comercio de Manta  
Autor: Camacho Zambrano Joyce

### **Análisis e interpretación**

Con un total de 8 personas encuestadas es decir un 100%, están de acuerdo con la implementación del manual, porque les permitirá mejorar la gestión administrativa y las nuevas aperturas y relaciones comerciales. Es muy satisfactorio que el 100% de las personas estén de acuerdo con la implementación de este manual, porque esto facilitará con seguridad la ejecución del manual en la Cámara de Comercio, haciendo realidad la propuesta de la investigación planteada.

## **2.4 Diseño de la Propuesta**

### **2.4.1 Tema**

“Manual de técnicas de redacción y elaboración de documentos comerciales aplicadas al área administrativa de la cámara de comercio de Manta, año 2017”

### **2.4.2 Introducción**

Las secretarías ejecutivas, actualmente, son las encargadas del manejo y flujo de información, sin ellas una empresa no sabría cómo administrar sus documentos, por tanto, se ha considerado la realización de un manual que permitirá mejorar la elaboración de documentos comerciales que se manejan dentro del área administrativa de la Cámara de Comercio de Manta.

Este manual tiene la finalidad de facilitar la elaboración de documentos comerciales para lograr un texto claro y entendible, lo que está referido al estilo, es decir, al fondo del documento, debiendo ser claro, preciso y conciso. De la misma manera en su presentación, refiriéndose a su estructura estilo y márgenes, debe guardar plena armonía entre cada uno de sus elementos.

Para la creación de este documento se ha considerado la observación realizada a la empresa, la que ha permitido establecer que los documentos más utilizados que necesitan redactar son las cartas comerciales, informes, convocatorias y e-mail, así como los documentos que no necesitan de una redacción como las kardex y facturas.

### **2.4.3 Justificación**

Al expresarse por escrito es necesario tener un lenguaje claro y bien definido, es por ello que el escritor debe dejar plasmado sus pensamientos, de tal forma que el mensaje que se quiere transmitir sea entendible, de esta manera se cumplirá el objetivo que esa persona quiere lograr con otra.

El correcto uso de la redacción de documentos, brindará a sus clientes confianza y afianzará al trabajo del área administrativa en la gestión

documental, por tano, este manual le servirá a la empresa como una herramienta importante que agilizará procesos y optimizará tiempo y recursos en la elaboración de la comunicación empresarial, creando una buena imagen a la institución.

La realización del manual contempla aspectos sobre la forma física de un documento, el estilo, aspectos de fondo y forma, abreviaturas y formas actuales de escritura. Así como también los vicios del lenguaje que muchas veces impiden la transmisión del mensaje.

Por lo expuesto anteriormente nace la necesidad de realizar este manual que facilita el trámite y que brinda el apoyo al área administrativa, porque está diseñado de acuerdo a los requerimientos y la necesidad de la misma.

#### **2.4.4 Objetivo General**

Mejorar la redacción de documentos comerciales de la Cámara de Comercio de Manta, a través de las técnicas de redacción.

#### **2.4.5 Objetivos Específicos**

- Ofrecer una guía clara y precisa para la redacción de documentos que mejoren la comunicación escrita en la Cámara de Comercio de Manta.
- Servir como fuente de consulta para el personal que colabora en el área administrativa de la Cámara de Comercio de Manta

## **2.4.7 Metodología**

El manual que se propone tiene la finalidad de contribuir a mejorar la elaboración de documentos comerciales, a través de la aplicación de las técnicas de redacción de documentos comerciales en la Cámara de Comercio de Manta, necesidad surgida de la investigación realizada, donde se observó que el personal que colabora en el área administrativa presenta insuficiencias en este ámbito, lo que genera la elaboración inadecuada de los documentos.

El manual contiene temáticas relacionadas a la elaboración de documentos comerciales, tanto en sus aspectos de fondo como de forma, estilos de redacción y presentación de los documentos.

La finalidad del mismo consiste en proporcionar una guía teórica y práctica actualizada, con un carácter didáctico que facilite su comprensión y uso. Para este efecto se incluirán además modelos de los diferentes documentos que se utilizan en la gestión administrativa de esta institución.

## 2.5 CONCLUSIONES

- En base a los resultados obtenidos mediante la investigación de estudio, se observó que existe desconocimiento sobre técnicas de redacción en la elaboración de documentos comerciales, que en efecto ocasiona la transmisión del mensaje
- El área administrativa que labora en la Cámara de Comercio de Manta no posee una actualización de conocimientos sobre técnicas de redacción, por tal razón, existe inconveniente al momento de redactar y transmitir el mensaje.
- Una vez realizada la investigación se evidenció que existe una inaplicabilidad de uso en técnicas de redacción de documentos, por lo que se puede manifestar en la pregunta No. 2, que a veces aplican las técnicas de redacción, esto permite confirmar que el área administrativa que labora en esta institución desconoce sobre estas técnicas, además en la pregunta No. 5, ratifica que no conocen las cualidades que debe tener un documento al momento de redactarse y por último la pregunta No. 6, que trata de los estilos de redacción, el área administrativa respondió que no conocen ninguno de ellos, es por esto que el área administrativa al momento de redactar un documento se le imposibilita realizarlo porque no posee los conocimientos o la actualización en técnicas de redacción.
- Durante la investigación realizada se concluye que la Cámara de comercio de Manta, no cuenta con un manual de técnicas de redacción por lo que limita al área administrativa tener un buen desempeño en el manejo de información.

## 2.6 RECOMENDACIONES

- Al área administrativa de la Cámara de Comercio de Manta, se recomienda tomar como apoyo la propuesta antes mencionada, puesto que, le beneficiará y contribuirá en el desarrollo de conocimientos en cuanto a técnicas de redacción y facilitará la elaboración de documentos comerciales.
- Que el personal administrativo de la Cámara de Comercio de Manta, cuente con una actualización en técnicas de redacción y que a su vez ayude a mejorar la redacción de documentos, para que exista una buena imagen no solo al personal administrativo, sino también a la empresa en general.
- Que el manual con el tema técnicas de redacción y elaboración de documentos comerciales, se la utilice de manera adecuada y con responsabilidad, puesto que, este manual sirve como guía para realizar documentos comerciales y que a su vez permitirá tener una estructura adecuada con un entendimiento coherente y eficaz lo que permitirá tener un buen manejo de información.

## 2.7 BIBLIOGRAFÍA

### Web- grafía

Francisco, M., & Paula, H. (15 de febrero de 2007). *Marketing en la sociedad del conocimiento*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=soKtuGCkc8EC&pg=PA2&lpg=PA2&dq=La+t%C3%A9cnica+ha+propiciado+a+lo+largo+de+la+historia+uno+de+los+sue%C3%B1os+m%C3%A1s+antiguos+del+ser+humano&source=bl&ots=7fgC8TY3-K&sig=jyeNENjkeiXSN2IRZ02r83XxXO4&hl=es&sa=X&ved=0ah>

### Libros

- Blanco M & Lobato F (2009). Comunicación y atención al cliente, Primera edición, Editorial Macmillan Iberia S.A.
- Bosticco, M (2016). Cartas de negocios eficaces: Primera edición, Editorial De Vecchi S.A.
- Chamucero, P (2011). Manual de redacción, Bogotá, Colombia: 2<sup>da</sup> Edición, Editorial Producción.
- Constitución de la República del Ecuador (2008)
- Escudero, M<sup>a</sup> (2005). Comunicación y atención al cliente, Madrid, España: Primera edición, Editorial "Paraninfo S.A".
- García B, Gómez F, Lobato F (2013). Comunicación y atención al cliente, Segunda Edición, Editorial Macmillan Iberia S.A.

- Jiménez, A (2013). Gestión auxiliar de documentación económico administrativa y comercial, Artequera, Malaga: Primera Edición, I.C Editorial.
- Júber, A (2015). Lenguaje y comunicación, Bogotá, Colombia: Ediciones de la U, Editorial Gavidia Anticona.
- La redacción básica y comercial en la formación profesional de los y las estudiantes de la carrera secretariado ejecutivo de la universidad Técnica de Manabí, año 2014 realizado por las autoras, Cedeño Bravo Stefanía y Jurado Caicedo Stefany.
- León, C (1995). Redacción comercial nivel 2, Quito, Ecuador: Segunda edición, Editorial Andina.
- Martín, G (2006). Curso de redacción, Madrid, España: 33ª Edición, Editorial Área Universitaria "Paraninfo S.A".
- Oniera, J (2006). Curso básico de redacción: Madrid, España, Cuarta Edición, Editorial Verbum.
- Onieva, J (2014). Curso superior de redacción, Madrid, España: 3<sup>era</sup> Edición, Editorial Verbum S.L 1995.
- Rojas, M (2012). Redacción empresarial, Lima, Perú: Primera Edición, Editorial Macro E.I.R.L.
- Tarodo, C (2014). Comunicación empresarial y atención al cliente, Madrid, España: Primera Edición, Editorial RA-MA.

- Técnicas de redacción escrita y la atención al usuario en la notaría del cantón Chone, año 2015 realizado por las autoras, Ortiz Vergara Gissela Katherine y Zambrano Montesdeoca Mariuxi Gissela.
- Técnicas de redacción para mejorar la comunicación escrita en los estudiantes de noveno año del colegio “Juan Pío Montufar” en la ciudad de Quito, año 2010 – 2011, realizado por Marmol Ángela Susana.

## 2.8 ANEXOS



En la realización de las encuesta con la recepcionista de la Cámara de Comercio de Manta.



La Sra. Gladis secretaria de la Cámara de comercio de Manta, en la realización de la encuesta.



## UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ”

### FACULTAD DE GESTIÓN, DESARROLLO Y SECRETARIADO EJECUTIVO

**Objetivo:** Identificar el nivel de conocimiento sobre las técnicas de redacción que la empresa conoce para realizar documentos comerciales en la Cámara de Comercio de Manta, año 2017.

#### ENCUESTA DIRIGIDA AL AREA ADMINISTRATIVA DE LA “CÁMARA DE COMERCIO DE MANTA” RESPONDA DE ACUERDO A SUS CONOCIMIENTOS.

1. **¿Cuáles son los documentos comerciales que más utiliza?**
  - a. Cartas
  - b. Memorandos
  - c. Cartas circulares
  - d. Informes
  - e. Convocatorias
  
2. **¿Aplica usted las técnicas de redacción para la elaboración de documentos?**
  - a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. A veces
  - d. Nunca
  
3. **¿Conoce usted la estructura que deben tener los documentos de uso diario en la oficina?**
  - a. Si
  - b. No
  
4. **¿Elabora un borrador al momento de redactar antes de producir un documento?**
  - a. Siempre
  - b. Casi siempre
  - c. A veces
  - d. Nunc

**5. De las siguientes ¿Cuáles son las cualidades que se deben identificar en un documento?**

- a. Claridad
- b. Precisión
- c. Los márgenes
- d. Los espacios
- e. La estructura

**6. De los siguientes ¿Cuál es el estilo que más utiliza para elaborar cartas comerciales?**

- a. Bloque
- b. Semi bloque
- c. Bloque extremo
- d. Ninguno de ellos

**7. ¿Aplica usted las normas ortográficas y gramaticales para la elaboración de documentos?**

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. A veces
- d. Nunca

**8. Considera usted que si se realiza un manual de redacción comercial en la empresa, mejorará la gestión administrativa y dará apertura a nuevas relaciones comerciales**

- a. Si
- b. No

# UNIVERSIDAD LAICA ALFARO DE MANABÍ

## FACULTAD DE GESTIÓN, DESARROLLO Y SECRETARIADO EJECUTIVO

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>	
<b>Fecha:</b> 15 de noviembre de 2017 / 6 de diciembre de 2017	
<b>Empresa visitada:</b> Cámara de Comercio de Manta	
<b>Nombre de la observadora:</b> Joyce Camacho	
<b>Objetivo de la visita:</b> Identificar los documentos que utiliza la empresa	
<b>Funciones que realizan las secretarias en la institución</b>	Enviar y recibir cartas y correspondencia de la empresa
<b>Documentos que las secretarias más utilizan en la institución</b>	Cartas
<b>Sistemas Informáticos que las secretarias utilizan para elaborar los documentos</b>	Computadora laptop
<b>Tiempo promedio que las secretarias se demoran en redactar un documento</b>	Media hora, una hora
<b>Ambiente de trabajo de las secretarias</b>	Muy buena
<b>Recursos con los que cuentan las secretarias en el lugar de trabajo</b>	Impresoras, copiadoras, computadoras, laptop, carpetas, folder, entre otros.