



**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN DOCENCIA SUPERIOR  
EXTENSIÓN UNIVERSITARIA DE CHEPO**



**CURSO DE PRÁCTICA PEDAGÓGICA PROFESIONAL 713**

**Proyecto:**

**“REFORZAMIENTO EN COMPOSICIÓN Y REDACCIÓN CON  
ÉNFASIS EN DOCUMENTOS COMERCIALES CON LOS  
ESTUDIANTES DE DUODÉCIMO GRADO DEL I.P.T. JEPHTA B.  
DUNCAN”**

**Elaborado por: Profa. Mirna María Mosquera  
C.I.P. 5 -12-1854**

**Facilitador: Doctor Eduardo Barsallo**

**Chepo, 4 de febrero de 2009**

ST

## AGRADECIMIENTO

2 JUN 2021

Agradezco primeramente a Dios Todopoderoso por guiarme, darme luz y sabiduría para continuar, a todas las personas que han contribuido a mi formación y para la culminación de este proyecto se hiciera posible, especialmente a la Profa Rubiela Ibargüen Llorente por su desinteresada ayuda

Este se hace extensivo al Dr Eduardo Barsallo por su orientación y atinada asesoría ¡Gracias, Profesor!

*Obsequio del Autor*

## DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mis tres hijos Irving Antonio, Flavio Antonio y Yinelli Ibarquen, quienes siempre han sido la fuente de inspiración y fortaleza en mi vida ¡Dios los bendiga!

## INTRODUCCIÓN

La vida moderna ha evolucionado de manera vertiginosa y rápida, por tanto, la correspondencia para que sea útil y efectiva debe ajustarse a los cambios y a las épocas, a los sistemas actuales de la vida comercial, social y económica

Actualmente, vivimos en un sistema de globalización en el cual la formación académica gira en base a la competitividad profesional, es decir, se requiere de propuestas educativas cónsonas con la realidad que permitan al egresado alcanzar sus metas, tanto personales como profesionales

Por tal motivo, en este proyecto pretendemos más que teorizar sobre el tema de la redacción, nos proponemos lograr que los participantes en las sesiones de reforzamiento pongan en práctica sus conocimientos adquiridos en esta área, durante sus años anteriores de estudios

Este curso no los hará expertos en Redacción Comercial, porque eso depende del talento, la vocación y el empeño de cada redactor, pero sí los pondremos en contacto con las técnicas y reglas generales de la comunicación escrita, también específica para la redacción comercial, teniendo en cuenta sus características particulares y el empleo de una bibliografía especializada en este tema

Consideramos que una persona culta debe dominar ciertos géneros de redacción, y si es egresado de un Bachillerato en Comercio, ser capaz de escribir con soltura una carta comercial, memorando, informes, además, saber formular su currículum vitae, levantar un acta, reseñar un texto o redactar un trabajo académico

Mediante las sesiones de trabajo se redactarán diversos documentos comerciales institucionales de uso interno y externo, teniendo como guías modelos y ejemplos presentados

Sabemos que este documento servirá como guía y apoyo a quienes deseen adquirir más destrezas y habilidades en la redacción de documentos comerciales

# ÍNDICE

## PÁGINAS

**Dedicatoria**

**Agradecimiento**

**Introducción**

**Fase I.**

**1. Diagnóstico**

|  |   |
|--|---|
| 1.1. Antecedentes de la Investigación.....         | 1 |
| 1.2. Fase de la Recolección de la Información..... | 3 |
| 1.3. Población Encuestada.....                     | 3 |
| 1.4. Muestra.....                                  | 3 |
| 1.5. Instrumentos Aplicados.....                   | 4 |
| 1.6. Análisis de los Resultados.....               | 7 |

**Fase II.**

**2. Elaboración del Proyecto**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 2.1. Título del Proyecto.....       | 17 |
| 2.2. Antecedentes.....              | 17 |
| 2.3. Justificación .....            | 17 |
| 2.4. Descripción del Problema.....  | 18 |
| 2.5. Descripción del Proyecto.....  | 19 |
| 2.5.1. Muestra.....                 | 21 |
| 2.5.2. Misión del Proyecto.....     | 21 |
| 2.6. Objetivos .....                | 21 |
| 2.6.1. Objetivos Generales.....     | 21 |
| 2.6.2. Objetivos Específicos.....   | 21 |
| 2.7. Localización del Proyecto..... | 22 |
| 2.8. Limitaciones del Proyecto..... | 22 |
| 2.9. Beneficiarios.....             | 22 |
| 2.10. Resultados Obtenidos .....    | 22 |
| 2.11. Recursos Necesarios.....      | 23 |
| 2.11.1. Humanos .....               | 23 |

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 2.11.2. Financieros.....             | 23 |
| 2.12. Presupuesto del Proyecto.....  | 24 |
| 2.13. Cronograma de Actividades..... | 25 |

**Fase III.**

**3. Desarrollo del Proyecto**

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 3.1. Programación Analítica..... | 26 |
| 3.2. Introducción.....           | 28 |
| 3.3. Módulo N° 1.....            | 29 |
| 3.3.1. Material Didáctico.....   | 31 |
| 3.3.2. Fotografías.....          | 40 |
| 3.4. Módulo N° 2.....            | 43 |
| 3.4.1. Material Didáctico.....   | 45 |
| 3.4.2. Fotografías.....          | 54 |
| 3.5. Módulo N° 3.....            | 57 |
| 3.5.1. Material Didáctico.....   | 59 |
| 3.5.2. Fotografías.....          | 70 |
| 3.6. Módulo N° 4.....            | 73 |
| 3.6.1. Material Didáctico.....   | 75 |
| 3.6.2. Fotografías.....          | 84 |

**Conclusiones**

**Recomendaciones**

**Bibliografía**

**Anexos**

- Evaluación Diagnóstica y Sumativa del Seminario Taller
- Carta de Autorización para la Realización del Proyecto
- Certificación de Terminación del Curso
- Lista de Asistencia al Seminario

**FASE I.**  
**1 DIAGNÓSTICO**

## **1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

La composición y redacción es un área que ha generado diversos estudios, pues la comunicación escrita requiere de la aplicación de diversas técnicas, letras y signos de presentación, además de la destreza y agilidad de cada redactor

Por consiguiente, al avocarnos a desarrollar este proyecto, esta área, pero no con énfasis en la redacción de documentos comerciales

El avance de la tecnología moderna proporciona nuevos métodos y técnicas para el mejoramiento, eficacia y rapidez con que podamos desempeñar nuestras labores en las diferentes profesiones

En cuanto a la actividad comercial, la tecnología moderna ha desplazado a la tradicional y las empresas han alcanzado grandes éxitos en sus actividades comerciales

Así pues, el uso de la computadora permite escribir los documentos comerciales en forma rápida, nítida y correcta, pero la redacción del contenido, la forma y el estilo lo proporciona el redactor del escrito, es decir, que con toda la tecnología de punta no se puede sustituir las actividades humanas. En el mundo actual de los negocios, la correspondencia comercial ha transformado su carácter y estilo. Aquellas cartas rutinarias de formas tradicionales han sido sustituidas por una redacción ágil, sencilla y dinámica, de acuerdo con el desenvolvimiento mercantil de la vida moderna.

Esto significa que todo profesional y estudiante del comercio debe aplicarse para desarrollar más destrezas y habilidades en la redacción de diferentes tipos de documentos comerciales.

Hoy día, con toda la tecnología moderna, la correspondencia comercial es un factor insustituible para el progreso comercial y económico de la sociedad humana. La correspondencia humana pone en contacto diferentes intereses económicos con el objetivo de efectuar

negocios Toda empresa, pequeña o grande, necesita de la correspondencia para sus desenvolvimiento

“Redactar, etimológicamente significa poner en orden, consiste en expresar por escrito los pensamientos previamente ordenados Su propósito es combinar palabras, frases, oraciones, cláusulas, párrafos y textos, para verter las ideas ya elaboradas, de manera que se produzca un todo correcto grato y armonioso, capaz de ser debidamente comprendido” (1)

La carta comercial no sólo constituye el medio de comunicación más eficaz y el más usado, sino que es también una prolongación de la empresa o agencia cuyo nombre hace llegar hasta los lugares más remotos

La correspondencia comercial tiene su propia personalidad, el sentido de lo útil Ha de cuidarse su estilo, no sólo para conseguir una perfecta comunicación, sino también para obtener una impresión favorable de la persona a la que va dirigida la carta

De tal manera que, la carta comercial permite la comunicación más directa en lugares alejados, a donde todavía no ha llegado la tecnología moderna De igual manera, la comunicación entre personas que ni siquiera se conocen Además, lo escrito tiene más valor comercial que lo oral, pues puede consultarse en cualquier momento, cuando se redacta se puede pensar, planear y organizar las ideas, hacer las consultas pertinentes para lograr una comunicación clara, precisa y concisa con la cual se pueda persuadir y convencer al cliente y conseguir con más facilidad una efectiva transacción comercial

En suma, existen diferentes clases de cartas comerciales, de compra y venta, de crédito, cobranza, reclamación, diversas solicitudes, remesa, conciliación, de relaciones públicas invitación, felicitación, presentación, pésame, etc.

Otros documentos, el memorando, currículum vitae, el acta, la resolución, otros, los cuales los aprendices deben demostrar sus dotes de buenos redactores para poder lograr éxito en su vida profesional

## **1.2. FASE DE LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

La valoración de cualquier trabajo de investigación depende de la formalidad y veracidad de los datos recopilados. Así pues, se empleará la técnica de grupo focal, pues las muestras poseen las mismas características

Por ello, se les proporcionará directamente un cuestionario en el aula donde se encuentran y la contestarán inmediatamente

Luego de aplicada las encuestas, se procederá al análisis e investigación de los resultados.

## **1.3. POBLACIÓN ENCUESTADA**

La población objeto de estudio está conformada por 40 estudiantes de duodécimo grado cuya especialidad es Bachiller en Comercio con Énfasis en Publicidad, otros, en Contabilidad, también de Estenografía

## **1.4. MUESTRA**

El muestro probalístico es aleatorio, pues todos cursan el duodécimo grado del turno matutino en el I P T Jephtha B Duncan

La encuesta fue aplicada a 25 estudiantes, de los 32 que participarán en el desarrollo del proyecto, esto representa el 78.12 % de la población total de discentes graduandos que no fueron a la práctica profesional como la culminación de sus estudios secundarios

## **1.5. INSTRUMENTOS APLICADOS**

Esta investigación se efectuará empleando los instrumentos de las encuestas y cuestionarios a través de preguntas dicotómicas; también se les dará las opciones de interrogantes abiertas, pues necesitamos obtener información acerca de que otros documentos comerciales desean adquirir más destrezas para su redacción.

**Universidad de Panamá**  
**Vicerrectoría de Investigación y Postgrado**  
**Facultad de Ciencias de la Educación**  
**Maestría en Docencia Superior**  
**Encuesta a los Estudiantes**

Esta encuesta se les aplica a los estudiantes de Bachiller en Comercio que cursan el undécimo y duodécimo grado en el I P T Jephtha B Duncan como una prueba diagnóstica para el desarrollo del proyecto Reforzamiento en Redacción de Documentos Comerciales, éste nos servirá para optar por el título de Maestría en Docencia Superior Les agradecemos su colaboración al responder estas preguntas

**I. PARTE. Marque con una x la respuesta seleccionada.**

|  | <b>SÍ</b> | <b>NO</b> |
|--|-----------|-----------|
| 1 ¿De tu especialidad, te agrada el área de la Redacción Comercial?  | _____     | _____     |
| 2 ¿Te interesaría asistir a cursos o seminarios para adquirir más habilidades y destrezas en esta área de la comunicación comercial? | _____     | _____     |
| 3. ¿Piensas que manejas adecuadamente los elementos lingüísticos en la redacción de documentos comerciales?                          | _____     | _____     |
| 4 ¿Cuándo redactas, aplicas las características fundamentales y suplementarias de la correspondencia comercial?                      | _____     | _____     |
| 5 ¿Recuerdas con precisión las partes de una carta comercial?  | _____     | _____     |

- 6 ¿Crees que el escribir la referencia o asunto, favorece la redacción de una carta comercial? \_\_\_\_\_
- 7 ¿Tienes claro qué información se incluye en el encabezamiento de una carta comercial? \_\_\_\_\_

**II. PARTE. Encierra en un círculo la letra de tu respuesta correcta.**

1. ¿Con que estilo de carta comercial estás más familiarizado?
- 1 Bloque
  - 2 Bloque extremo
  - 3 Semibloque
2. ¿Qué documentos comerciales desearías redactar con más eficacia?
- a. Curriculum Vitae
  - b. Carta de recomendación
  - c. El memorando
  - d. Las resoluciones
  - e. Las actas
  - f. El informe
3. Anota en el espacio, otro documento que desearías reafirmar su técnica de redacción \_\_\_\_\_

## 1.6. ANÁLISIS DE RESULTADOS

La unidad de análisis es por tema, la presentamos a través de la tabulación de gráficas.

**GRÁFICA N° 1**  
**LA REDACCIÓN COMERCIAL**

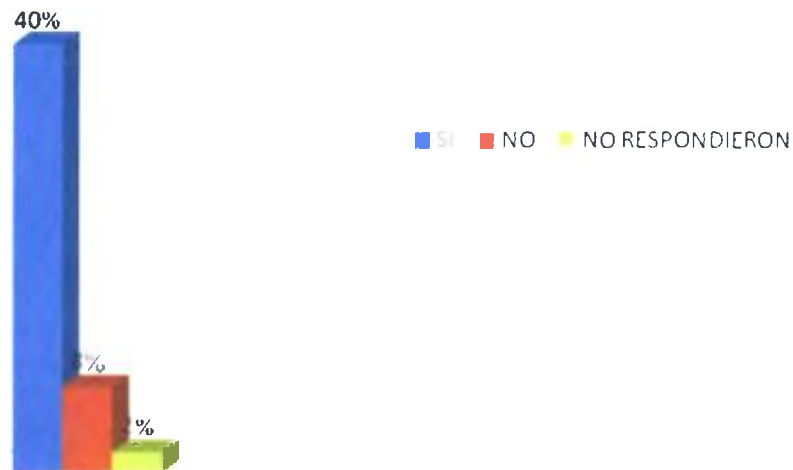


Esta gráfica indica que con respecto a la variante N° 1, 18 encuestados respondieron sí, 36%; 7 contestaron no, 14%.

En síntesis, el 36% le agrada el área de la Redacción Comercial y el 14 %, no se identifican con esta área de su especialidad.

**GRÁFICA N° 2**  
**ASISTENCIA A CURSOS O SEMINARIOS**

¿Te interesaría asistir a cursos o seminarios para adquirir más habilidades y destrezas en esta área de la comunicación comercial?

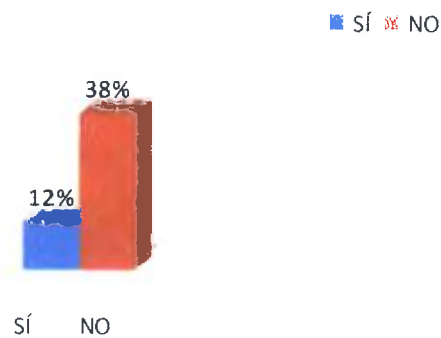


La gráfica N° 2, muestra el interés de los estudiantes por asistir a cursos o seminarios de redacción de documentos comerciales, donde 20 respondieron sí, el 40 %; 4, contestaron no, el 8% y 1 no respondió; el 2%.

En conclusión, el 40% están interesados en asistir a cursos o seminarios; el 8%, no y el 2% no respondieron la pregunta.

GRÁFICA N° 3  
DOMINIO DE ELEMENTOS LINGÜÍSTICOS EN LA REDACCIÓN

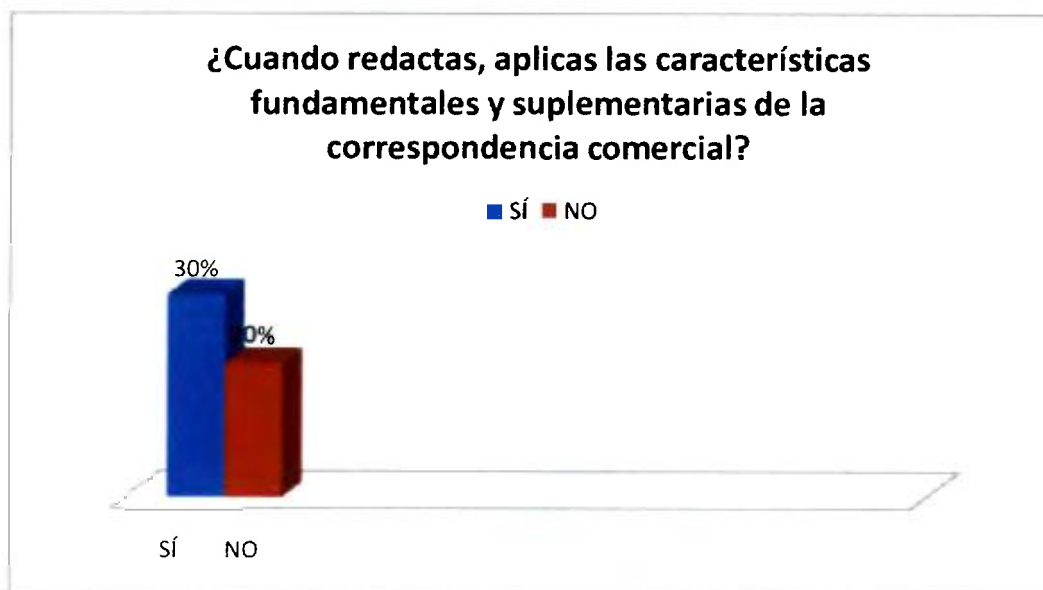
**¿Piensas que manejas, adecuadamente,  
los elementos lingüísticos en la redacción  
de documentos comerciales?**



En cuanto al manejo de los elementos lingüísticos en la redacción de documentos comerciales, 19 contestaron no, el 38%; 6 respondieron sí, 12%.

El análisis de estos gráficos indica que el 38% no manejan los elementos lingüísticos en la redacción de documentos comerciales; el 12%, si aplican estos elementos en sus escritos comerciales

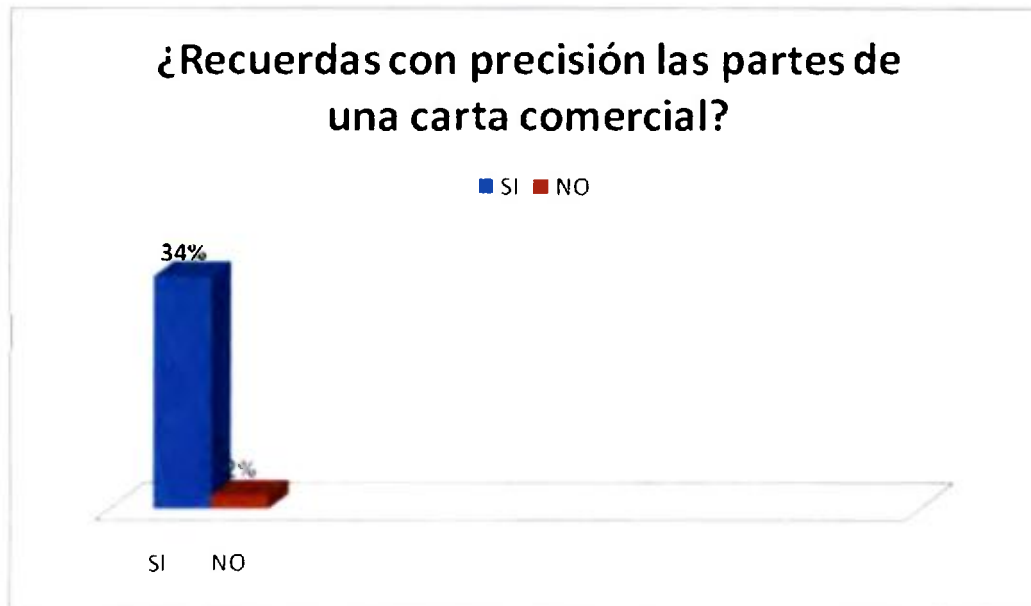
**GRÁFICA N° 4**  
**CARACTERÍSTICAS DE LA CORRESPONDENCIA COMERCIAL**



La variante contemplada en la gráfica N° 4, revela que 15 respondieron sí, el 30%; 10 contestaron no, 20%.

En resumen, el 30% de los encuestados aplican las características esenciales y complementarias requeridas en la correspondencia comercial; el 20%, no las emplean.

**GRÁFICA N° 5**  
**PARTES DE LA CARTA COMERCIAL**



Los resultados en la gráfica N° 5 indican que 17 respondieron sí, 34%; 8 dijeron que no, el 16%; 1 no respondió, el 2 %.

El análisis indica que el 34% recuerda las partes de una carta comercial y el 2% no la recuerda con precisión al momento de redactar.

**GRÁFICA N° 6**  
**IMPORTANCIA DE LA REFERENCIA O ASUNTO**



La gráfica N° 6 indica que 20 respondieron sí, el 40%; 4 contestaron no, el 80% y 1 no respondió, 2%.

El análisis señala que el 40%, opina que sí debe escribirse la referencia o asunto en la carta comercial; el 80%, no; el 2%, no respondieron.

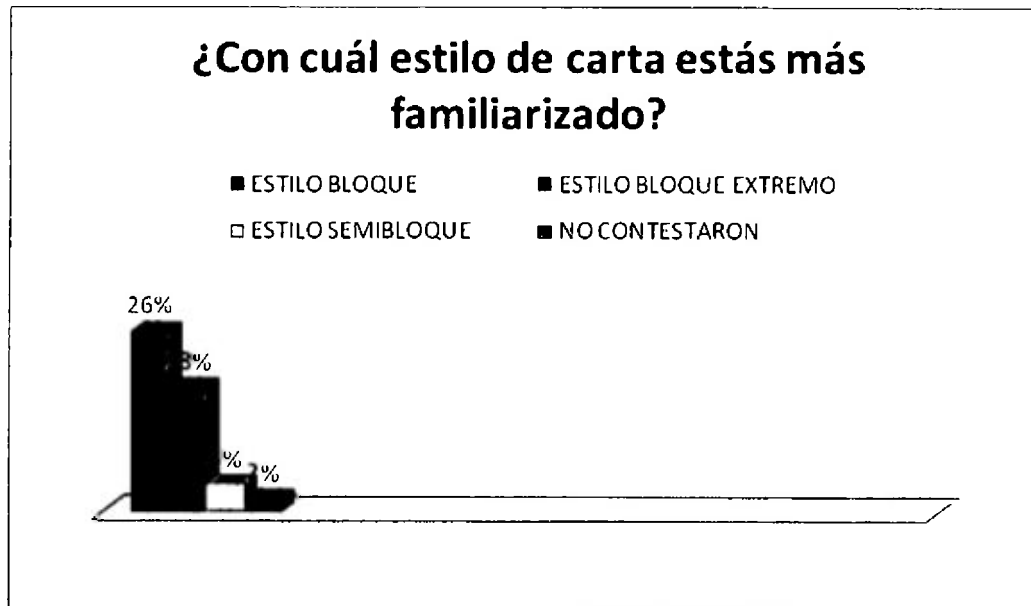
**GRÁFICA N° 7**  
**ENCABEZAMIENTO DE UNA CARTA COMERCIAL**



Esta gráfica nos indica que 13 de los encuestados, 26%, respondieron que sí conocen la información que se incluye en el encabezamiento de una carta comercial; 11, el 22% contestaron que no y 1, el 2% no respondieron.

En conclusión, el 26% sustenta que sí tienen claro la información que debe escribirse en el encabezamiento de una carta comercial; el 22%, no, el 2%, no respondieron la interrogante.

**GRÁFICA N° 8**  
**DIFERENTES ESTILOS DE CARTAS COMERCIALES**



En cuanto a los estilos de las cartas comerciales, 13 de los consultados, 26% señalaron que están familiarizados con el estilo bloque, 9, el 18% con el estilo bloque extremo; 2, el 4% con el estilo semibloque y 1, el 2% no contestaron

Según esta información, el 26% confirma estar familiarizado con el estilo bloque, el 18%, con el estilo bloque extremo, el 4%, con el estilo semibloque y el 2%, no contestaron la pregunta.

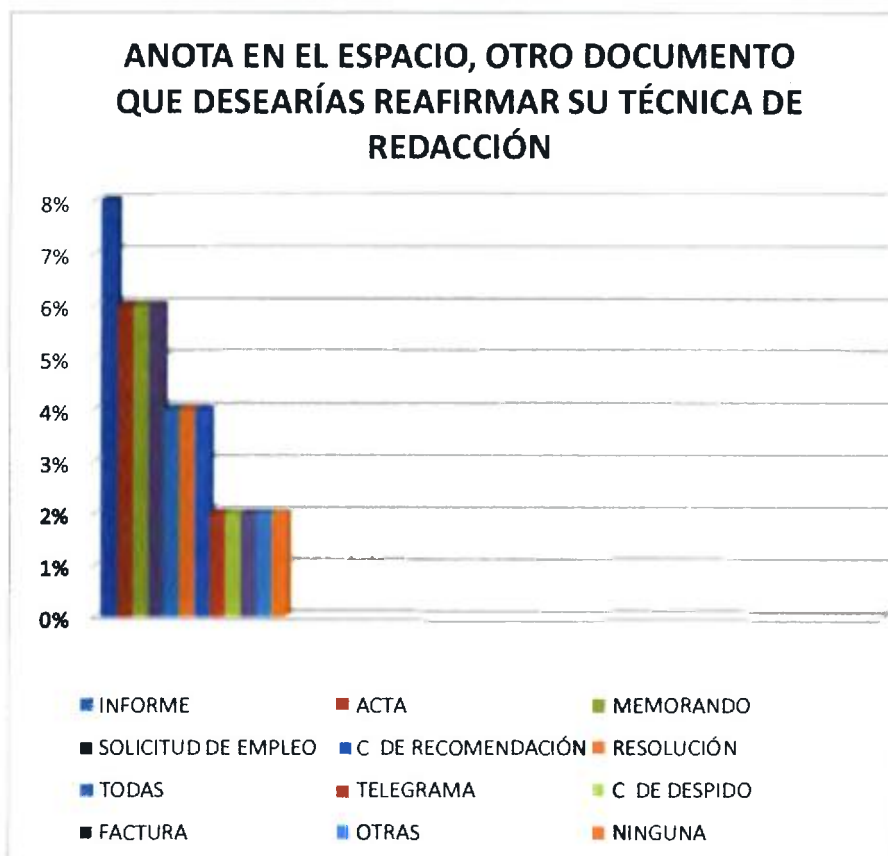
**GRÁFICA N° 9**  
**REDACCIÓN DE DOCUMENTOS COMERCIALES**



La gráfica N° 9 nos indica que 18, el 36% respondieron que desearía redactar con más énfasis un currículum vitae; el 2, el 4% indicó que el memorando; 2, el 4%, el informe; 1, el 2% la carta de recomendación; 1, el 2% las actas y 1, el 2% no respondieron.

En resumen, el 36% desearían redactar con mayor énfasis el currículum vitae; el 4%, el memorando y el informe; con el 2%, la carta de recomendación; 2%, las actas; el 2%, no respondieron.

**GRÁFICA N° 10**  
**OTROS DOCUMENTOS COMERCIALES**



Entre otros documentos que desearían su técnica de redacción 4, el 8% anotaron que el informe; 3, el 6% cada uno, las actas, memorando y la solicitud de empleo; 2, el 4% cada uno, indicaron que la carta de recomendación, las resoluciones y todas; 1, con el 2% cada uno, el telegrama, carta de despido, facturas, otras y ninguna.

En síntesis, el 8% desearía reaffirmar su técnica de redacción del informe; el 6%, el memorando; 6%, la solicitud de empleo; el 4%, la carta de recomendación; 4%, las resoluciones y 4%, todas; el 2%, el telegrama; 2%, carta de despido; 2%, las facturas; 2%, otras y 2% ningún documento.

**FASE II.**  
**2. ELABORACIÓN DEL PROYECTO**

## **2.1. TÍTULO DEL PROYECTO**

El título del proyecto es "REFORZAMIENTO EN COMPOSICIÓN Y REDACCIÓN EN ÉNFASIS EN DOCUMENTOS COMERCIALES CON LOS ESTUDIANTES DE DUODECIMO GRADO DEL IPT JEPHTHA B. DUNCAN"

## **2.2. ANTECEDENTES**

Esta investigación cualitativa se inicia con el método explorativo, pues no encontramos bibliografía referente a que se haya elaborado anteriormente otro proyecto de esta magnitud en este centro educativo de educación media

## **2.3. JUSTIFICACIÓN**

La comunicación escrita constituye una parte esencial en nuestra vida, ya que gran parte del éxito depende de la capacidad que poseemos para comunicar nuestras ideas y sentimientos, de manera que provoquen determinadas reacciones en los demás

Pues bien, la sociedad en general está siendo influenciada por los cambios tecnológicos, éstos nos benefician siempre y cuando sean bien utilizados para el desarrollo de la humanidad, de lo contrario, se convierten en obstáculos para el desarrollo integral de los individuos

Por eso, se debe luchar por mantenerse a la vanguardia con respecto al avance y actualización del idioma, de no hacerlo, los más perjudicados serán los jóvenes, ya que adoptan todo sin medir las consecuencias

Cabe destacar, que en la actualidad confrontamos muchas dificultades en la práctica de la expresión oral y escrita, pues no se consideran los aspectos de pensar bien antes de escribir, simplemente se plasman las ideas sin seguir las normas de sintaxis, ortográficas, ni de precisión semántica y estética establecidas para producir una impresión agradable en el lector y obtener los mejores resultados de ella

Este proyecto de Reforzamiento en Composición y Redacción con Énfasis en Documentos Comerciales, se propone incrementar las destrezas y habilidades de los discentes de duodécimo grado de Bachiller en Comercio, en una de las áreas de su especialidad, la Redacción Comercial, la cual permitirá a los egresados de esta carrera, ser competitivos y eficaces en su desempeño profesional y mucha satisfacción personal

De tal manera, dada la importancia de la expresión escrita en el área comercial, deber ser uno de los aspectos en el cual los aprendices apliquen mayor atención en aprender nuevas tecnologías que impidan la influencia negativa de agentes externos como la pésima letra de algunos géneros musicales, el lenguaje publicitario, la presión del lenguaje de los grupos, aunado a la poca o ninguna sensibilidad por la buena lectura y actividades culturales agudizan el problema de la composición y redacción de documentos, porque carecen de fundamentos sólidos para desarrollar esta actividad en forma efectiva.

Todo lo expuesto, nos induce a fomentar actividades que contribuyan a mejorar la expresión escrita, este proyecto de Reforzamiento en una de ellas

#### **2.4. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

El idioma español es muy rico, variado y evolutivo. Consta de 24 fonemas y 29 letras, esta discordancia entre signos articulados y los grafemas, hace aun más difícil su empleo sobre todo, en la comunicación escrita, ya que algunas letras tienen un mismo fonema y suele generar confusión entre los usuarios del idioma

Por otra parte, los abundantes giros idiomáticos, reglas ortográficas, sintácticas y de precisión semánticas, que rigen la aplicación lingüística, frecuentemente son ignoradas al momento de expresar las ideas o pensamientos en forma oral o escrita.

Lo anteriormente expuesto, evidencia un deterioro de la lengua, cada día se hace más difícil lograr una comunicación eficaz, pues el uso de extranjerismos, vulgarismos, aunado al escaso conocimiento del idioma, la falta de práctica de lecturas interesantes y el descuido de pensar antes de hablar y escribir agudizan el problema de la buena redacción

La actividad comercial requiere del dominio de métodos y técnicas de redacción cónsonas con la vida moderna, ya que de ella depende el éxito de la buena comunicación y transacciones comerciales

Evidentemente, los jóvenes graduandos del I P T Jephtha B Duncan no escapan a esta realidad, por eso, hemos elaborado este proyecto de Composición y Redacción con Énfasis en Documentos Comerciales por ser el área de especialidad, confiando en que los egresados de este centro educativo, utilizarán las reglas gramaticales, los medios, recursos y técnicas ortográficas que le faciliten una correcta redacción de documentos comerciales para transmitir diferentes mensajes escritos en forma efectiva en el mundo actual de los negocios

## **2.5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

El proyecto se desarrollará durante 4 semanas, a razón de 2 horas diarias presenciales y 80 por autoinstrucción

Los participantes estarán integrados en 5 grupos, cada uno estará constituido por 5 ó 6 estudiantes diferentes, ellos asistirán en jornada contraria (p m ), a las sesiones presenciales cada 8 días, entregarán sus consignas desarrolladas para posteriormente evaluarlas de manera formativa y sumativa ya que trabajamos en coordinación con las profesoras de la escuela.

Así pues, el grupo N° 1, los lunes, grupo N° 2, martes, grupo N° 3, miércoles, grupo N° 4, jueves y el grupo N° 5, los viernes Todos

complementarían 8 horas presenciales al mes, haciendo un total de 40 en forma global

Los módulos de autoinstrucción se designarán con el propósito de que los discentes pongan en práctica sus conocimientos teóricos acerca de la redacción de documentos, sus contenidos serán

- Ordenamiento de párrafos, teniendo en cuenta la jerarquización de las ideas
- Ubicación de las partes de la carta y redacción de encabezamientos para cartas comerciales en las cual se incluyen el dominio de las partes generales y especiales membrete, fecha, datos del destinatario, saludo o vocativo, asunto o referencia, cuerpo o texto de la carta, despedida
- Los mensajes de los contenidos deben evidenciarse las características vitales como son. claridad, integridad, brevedad, cordialidad, coherencia y veracidad También las complementarias como la corrección, motivación, positivismo, modernismo, sencillez, creatividad y discreción
- Mejoramiento de frases rutinarias y tradicionales por las modernas, negativas por positivas, frases cordiales
- Práctica de los tres estilos de cartas más usados bloque extremo o completamente bloqueado, bloque y semibloque
- Empleo de diferentes frases en la despedida de una carta
- Redacción de diferentes documentos, teniendo como base algunos modelos presentados, empleando la creatividad y originalidad de los participantes donde pondrán en ejecución sus habilidades y destrezas adquiridas durante el desarrollo de este proyecto y años anteriores del Bachillerato en Comercio

Las consignas se desarrollarán unas en clase a través de talleres después de la explicación de cada tema, otras, serán asignadas para trabajarlas por autoinstrucción en sus hogares, durante los 8 días de clases no presenciales

Posteriormente, entregarán sus asignaciones en el tiempo estipulado para las clases presenciales y así sucesivamente hasta completar las 40 horas presenciales y las 80 no presenciales

El contenido programático consta de 4 módulos, se ejecutarán uno semanal hasta completar el mes

### **2.5.1. MUESTRA**

Las muestras fueron escogidas intencionalmente, pues participaron en la ejecución del proyecto 32 estudiantes que por diversas razones, sobre todo académicas, no fueron seleccionados para realizar la práctica profesional en las empresas particulares e instituciones oficiales

### **2.5.2. MISIÓN DEL PROYECTO**

La misión de este curso es lograr que los participantes adquieran más destrezas, habilidades y apliquen otras técnicas que favorezcan la Redacción de Documentos Comerciales

## **2.6. OBJETIVOS**

### **2.6.1. GENERALES**

- Capacitar a los discentes para que a través del dominio de los conocimientos lingüísticos logre usar correctamente el idioma
- Lograr que los aprendices adquieran más habilidades y destrezas para la redactar cartas y documentos vinculados a la correspondencia comercial

### **2.6.2. ESPECÍFICOS**

- Expresar el objetivo y cualidades de la expresión escrita
- Analizar frases confusas e incoherentes.
- Practicar la redacción de párrafos coherentes
- Corregir los párrafos elaborados
- Jerarquizar los párrafos de acuerdo a las ideas expresadas
- Redactar diversos documentos comerciales

## **2.7. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

El proyecto se ejecutará en las instalaciones del Instituto Profesional y Técnico Jephtha B Duncan, ubicado en el corregimiento de la 24 de Diciembre

## **2.8. LIMITACIONES DEL PROYECTO**

El proyecto tuvo gran acogida por el personal docente, administrativo y educando, pero para su ejecución hubo limitaciones, tales como:

- El curso se desarrolló en jornada contraria, por lo tanto, las aulas de clase y la biblioteca estaban ocupadas, el salón de audiovisual lo estaban acondicionando en consecuencia, teníamos que rotar frecuentemente de local
- El colegio no poseía equipos de tecnología moderna y el único retroproyector está adjudicado exclusivamente a un departamento
- El lapso del curso involucraba parte del mes de noviembre y finalización de las clases de duodécimo grado, por consiguiente, todo fue apresurado

## **2.9. BENEFICIARIOS**

Los beneficiarios con este curso serán 32 estudiantes de duodécimo grado de la jornada matutina, pues aparte de asimilar conocimientos, obtendrán una evaluación sumativa satisfactoria afianzando no sólo los documentos solicitados en las encuestas, sino que también incluimos los que las profesoras tenían programado para el IV bimestre

## **2.10. RESULTADOS OBTENIDOS**

La ejecución de este proyecto nos permitirá visualizar la obtención de posibles resultados y efectos tendientes a favorecer a los participantes en este curso de Reforzamiento, ya que aplicarán técnicas modernas de redacción para lograr una verdadera y eficaz comunicación escrita, con la cual conseguirán

- Adquisición de seguridad en el uso de los recursos lingüísticos del idioma, como la sintaxis y la ortografía en la correspondencia comercial
- La aplicación de modelos modernos de redacción de cartas, memorando y otros escritos comerciales que consideren necesarios
- Motivarlos para que apliquen el autoaprendizaje a través de la consulta de diferentes textos de Redacción moderna de Documentos Comerciales, practicar las técnicas y autoevaluarse
- Asistencia a cursos de redacción en los cuales adquieran destrezas y habilidades por medio de la aplicación constante de las reglas generales y comunes para todos los escritos, luego presentarles modelos particulares
- Hacerles comprender que la lectura cotidiana favorece la redacción, pues enriquece su vocabulario, ayuda en la comprensión de textos, mejora la ortografía e incrementa sus conocimientos básicos en la gramática, otros
- Comprender que el uso de los recursos tecnológicos agiliza la redacción, pero no deben descuidar el aprendizaje correcto de las normas generales para la comunicación escrita.

## **2.11. RECURSOS**

### **2.11.1. HUMANOS**

Los recursos humanos que colaboraron con este proyecto, tenemos a los estudiantes participantes en el curso, profesores, el Director del Plantel, las bibliotecarias y trabajadores manuales quienes me proporcionaron su apoyo incondicional para el desarrollo de este proyecto

### **2.11.2. FINANCIEROS**

Este proyecto fue con recursos financieros propios, pues no tiene el patrocinio de ninguna institución, empresa o persona natural.

## 2.12. PRESUPUESTO

| ACTIVIDADES                          | COSTO     |
|--------------------------------------|-----------|
| • Transcripción del proyecto         | B/ 10 00  |
| • Transcripción de la encuesta       | B/ 1 25   |
| • Reproducción de la encuesta        | B/. 3 00  |
| • Redacción del borrador del informe | B/ 10 00  |
| • Transcripción final                | B/ 45 00  |
| • Encuadernación                     | B/ 20 00  |
| • Presentación de Power Point        | B/ 10 00  |
| • Movilización                       | B/ 10 00  |
| • Imprevistos                        | B/ 20.00  |
| TOTAL                                | B/ 365 25 |

### 2.13. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| Año<br>Meses<br>Semanas<br>Actividades   | 2008       |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
|--|------------|---|---|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|
|  | septiembre |   |   |   | octubre |   |   |   | noviembre |   |   |   | diciembre |   |   |   |
|  | 1          | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1         | 2 | 3 | 4 | 1         | 2 | 3 | 4 |
|  |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Diagnóstico                            |            |   | x |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Identificación del problema            |            |   | x |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Planteamiento del problema             |            |   | x |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Integración de la información          |            |   |   | x |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Revisión de la Literatura              |            |   |   | x |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Diseño de los instrumentos             |            |   |   | x |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Validación instrumentos                |            |   |   | x | x       |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Selección de la muestra                |            |   |   | x |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Aplicación de la encuesta              |            |   |   | x |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Análisis de los Resultados             |            |   |   |   | x       |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Presentación de los datos estadísticos |            |   |   |   | x       |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Defensa del Proyecto                   |            |   |   |   | x       |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Ajuste del Proyecto                    |            |   |   |   | x       | x |   |   |           |   |   |   |           |   |   |   |
| • Ejecución del Proyecto                 |            |   |   |   |         |   | x | x | x         | x |   |   |           |   |   |   |
| • Elaboración del Informe Final          |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   | x |   |           |   |   |   |
| • Conclusiones                           |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   | x |   |           |   |   |   |
| • Sustentación                           |            |   |   |   |         |   |   |   |           |   |   |   |           |   |   | x |

**FASE III.**

**3. DESARROLLO DEL PROYECTO**

### 3.1. PROGRAMACIÓN ANALÍTICA

Grupo 5

Horas Presenciales 40

Horas autoinstrucción 8

| Semanas   |       | 1ª semana<br>(21 – 25 octubre)  |                     |                 | 2ª semana<br>(28 – 6 noviembre) |                     |                 | 3ª semana<br>(7 – 13 noviembre) |                     |                 | 4ª semana<br>(14 – 21 noviembre) |                     | Evaluación         |
|-----------|-------|---------------------------------|---------------------|-----------------|---------------------------------|---------------------|-----------------|---------------------------------|---------------------|-----------------|----------------------------------|---------------------|--------------------|
|           |       | TEMA                            | CLASES PRESENCIALES | AUTOINSTRUCCIÓN | TEMA                            | CLASES PRESENCIALES | AUTOINSTRUCCIÓN | TEMA                            | CLASES PRESENCIALES | AUTOINSTRUCCIÓN | TEMA                             | CLASES PRESENCIALES |                    |
| Días      | Grupo |                                 |                     |                 |                                 |                     |                 |                                 |                     |                 |                                  |                     |                    |
| Lunes     | Nº 1  | Reforzamiento del C C Comercial | 21                  | (22 – 27)       | Redacción Cumculum Acta         | 28                  | (29 – 5)        | Redacción informe Memorando     | 7                   | (8 – 17)        | Redacción Resolución C Sociales  | 17                  | Sumativa formativa |
| Martes    | Nº 2  | “                               | 22                  | (23 – 28)       |                                 | 29                  | (30 – 6)        | “                               | 11                  | (12 – 18)       | “                                | 18                  | Sumativa formativa |
| Miércoles | Nº 3  | “                               | 23                  | (24 – 29)       |                                 | 30                  | (31 – 10)       | “                               | 12                  | (13 – 19)       | “                                | 19                  | Sumativa formativa |
| Jueves    | Nº 4  | “                               | 24                  | (25 – 30)       |                                 | 31                  | (1 – 11)        | “                               | 13                  | (14 – 20)       | “                                | 20                  | Sumativa formativa |
| Viernes   | Nº 5  | “                               | 25                  | (26 – 31)       |                                 | 6 nov               | (8 – 12)        | “                               | 14                  | (15 – 21)       | “                                | 21                  | Sumativa formativa |

Fuente: Profa Mirna Mosquera

Este proyecto se organizó para desarrollarse en un lapso de 4 semanas; 4 módulos, una semana y 2 documentos en cada sesión presencial

**Semana 1. Módulo N° 1. Reforzamiento en la Redacción de las Partes Esenciales y Complementarias de la Carta Comercial.**

Esta semana estuvo enmarcada del 21 al 25 de octubre para las sesiones presenciales, del 22 al 31, para el desarrollo de las consignas por autoinstrucción

Cada grupo tuvo 8 días para desarrollar las consignas de autoinstrucción que entregarían la siguiente clase presencial

**Semana 2. Módulo N° 2. Reforzamiento en la Redacción del Currículum Vitae y el Acta.**

Esta semana fue del 28 de octubre al 6 de noviembre para las clases presenciales, las consignas de autoinstrucción, del 29 de octubre al 12 de noviembre

**Semana 3. Módulo N° 3. Reforzamiento en la Redacción del Informe y el Memorando.**

Esta semana transcurrió del 7 al 13 de noviembre, clases presenciales, 8 al 20 para la autoinstrucción.

**Semana 4. Módulo N° 4. Reforzamiento en la Redacción de Resoluciones y Carta Social de Felicitaciones.**

Esta semana comprendida entre 14 de noviembre hasta 21, para las sesiones presenciales y la entrega de trabajos y evaluaciones finales

Cabe destacar, que cada estudiante obtuvo una evaluación sumativa de acuerdo a cada documento entregado

La etapa de autoinstrucción la trabajamos a razón de 4 horas diarias por un lapso de 20 días, que hace un total de 80 horas, durante las cuales evaluamos los documentos entregados por los aprendices.

### **3.2. INTRODUCCIÓN**

El desarrollo de este proyecto está dividido en cuatro módulos, cada uno contiene lo siguiente:

El módulo N° 1, contiene las partes esenciales y complementarias para la redacción de una carta comercial, esto les da la oportunidad a los estudiantes para practicar la redacción del encabezamiento de una carta comercial. Además, ubicar cada una en el lugar correspondiente al momento de presentar un esquema del mismo.

Los talleres están asignados unos, para desarrollarlos en el aula después de la explicación, otros, en sus hogares por autoinstrucción a través de consignas de aprendizaje.

Los estudiantes tendrán la información para cada tema, los modelos, ejemplos, talleres, consignas y la reinformación para que los aprendices puedan verificar su autoaprendizaje.

Finalmente, presentamos las fotografías tomadas durante las sesiones de trabajo.

En el módulo N° 2, los aprendices tendrán la oportunidad de afianzar la redacción del currículum vitae u hoja de vida y el acta.

También, se incluye la programación analítica, al igual que los otros módulos, el material didáctico y las fotografías.

El módulo N° 3, contiene la redacción del informe y el memorando, la programación analítica de los contenidos, material didáctico y las fotografías pertinentes al desarrollo de esta actividad.

Por último, en el módulo N° 4 del afianzamiento consiste en la redacción de resoluciones y la carta social de felicitación.

Este proyecto está elaborado para que cada estudiante sea responsable de su propio aprendizaje.

### **3.3. MÓDULO Nº 1**

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**EXTENSIÓN DE CHEPO**  
**MAESTRÍA EN DOCENCIA SUPERIOR**  
**PRÁCTICA PROFESIONAL**

**MÓDULO Nº 1**

**Título:** Reforzamiento en la Redacción de las Partes Esenciales y Complementarias de la Carta Comercial  
**Duración:** 1 semana **Horas:** 10  
**presenciales**

**Objetivo Particular:** Lograr que los aprendices adquieran las destrezas y habilidades necesarias de la Redacción de Documentos Comerciales

| Objetivo Específico  | Contenido   | Estrategias Metodológicas   | Recursos Didácticos                                  | Evaluación   |
|--|---|---|--|--|
| 1 Repasar la ubicación en el contexto, de las partes esenciales y complementarias de una carta | 1 1 Partes de la carta comercial <ul style="list-style-type: none"> <li>- Esenciales <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membrete</li> <li>• Encabezamiento</li> <li>• Texto o cuerpo de la carta</li> <li>• Final o cierre</li> </ul> </li> <li>- Complementarias <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciales</li> <li>• Anexos</li> <li>• Indicaciones de copias</li> <li>• Segundas hojas</li> </ul> </li> </ul> | 1 1 1 Lee, individualmente y comenta, en forma oral, las partes esenciales y complementarias de la carta comercial<br>1 1 2 Aclara dudas sobre el contenido de cada una | Libro de texto<br>Material impreso<br>Retroproyector | Diagnóstica <ul style="list-style-type: none"> <li>- Preguntas orales</li> </ul> Formativa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Práctica escrita</li> </ul> Sumativa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajos escritos</li> </ul> |

|  |  |   |   |  |
|--|--|---|---|--|
| <p>2 Escribir en un esquema en blanco, los diversos elementos de una carta</p> | <p>2 1 El membrete</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre o razón social</li> <li>• Dirección</li> <li>• Número de teléfono</li> <li>• Actividad Comercial</li> <li>• Nombre del país o ciudad donde está ubicado</li> </ul> <p>2 2 Encabezamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugar y fecha</li> <li>• Destinatario</li> <li>• Dirección del destinatario</li> <li>• Saludo o vocativo</li> <li>• Referencia o asunto</li> </ul> <p>2 3 Texto o cuerpo de la carta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción</li> <li>• Exposición de la idea principal</li> <li>• Conclusión</li> </ul> <p>2 4 Final o cierre</p> <p>2 5 Partes Suplementarias</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciales del firmante y el mecanógrafo</li> <li>• Anexos</li> <li>• Indicaciones de copias</li> <li>• Segundas hojas</li> </ul> | <p>2 1 1 Presentado un esquema en blanco, escribe en cada espacio las partes de la carta comercial donde corresponda</p> <p>2 1 2 Ordena las partes de la carta, dadas en desorden</p> <p>2 1 3 Ubica cada uno de los elementos de una carta, según las reglas apropiadas</p> <p>2 1 4 Practica, en casa, la redacción de vanos encabezamientos para cartas comerciales</p> <p>2 1 5 Entrega los trabajos asignados</p> | <p>Tablero</p> <p>Marcadores</p> <p>Cartapacio</p> <p>Hojas blancas</p> <p>Libro de texto</p> <p>Material impreso</p> | <p>Diagnóstica</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diálogo con los aprendices sobre el tema tratado</li> </ul> <p>Formativa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Práctica escrita</li> </ul> <p>Sumativa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entregarán el compendio de los trabajos escritos</li> </ul> |
|--|--|---|---|--|

### **3.3.1. MATERIAL DIDÁCTICO**

#### **TEMA N° 1 PARTES DE LA CARTA COMERCIAL**

##### **OBJETIVOS DE PROCESOS:**

1. Ubicar, en el contexto, las partes esenciales y complementarias de una carta comercial
- 2 Ordenar, adecuadamente, las partes de una carta comercial, dadas en desorden

##### **CONTENIDO:**

- 1 Partes de la carta comercial
  - 1 1 Esenciales
  - 1.2 Suplementarias
- 2 Partes Esenciales
  - 2 1 Membrete
  - 2 2 Encabezamiento
  - 2 3 Texto o cuerpo de la carta
  - 2 4 Final o cierre
- 3 Partes Suplementarias
  - 3 1 Iniciales
  - 3 2 Anexos
  - 3 3 Indicaciones de copias
  - 3 4 Segundas hojas

## **INFORMACIÓN**

Los diversos elementos de la carta – esenciales y suplementarias- se ubican según normas generalmente aceptadas.

### **1. PARTES ESENCIALES**

- **El Membrete** conjunto de datos referentes al negocio
- **Encabezamiento** es la parte preparatoria del texto, incluye lugar y fecha, destinatario, dirección, saludo o vocativo, referencia o asunto
- **Texto o Cuerpo de la Carta** está compuesta por la introducción, exposición o desarrollo de la idea fundamental y el final o cierre
- **Final o Cierre** está la despedida, firma y cargo del firmante

### **2. PARTES SUPLEMENTARIAS**

- **Iniciales** indican quienes intervinieron en la escritura de la carta
- **Anexos o Adjuntos** son documentos que acompañan a la carta
- **Indicaciones de Copias** si se envían copias.
- **Segundas Hojas.** cuando una carta es muy extensa

**ESQUEMA GENERAL DE UNA CARTA**  
**ESTILO BLOQUE EXTREMO. PUNTUACIÓN ABIERTA**

Kito Chen, S A. **(1) Membrete**  
Ave 3ª N° 11 – 35  
Tel . 220 – 3447  
Panamá, República de Panamá

5 de octubre de 2008 **(2) Fecha**  
Sres **(3) Tratamiento**  
Luis Anguisola y Cía **(4) Destinatario**  
Apartado 236 **(5) Apartado**  
David **(6) Dirección**  
Ref Su pedido del 2 de mayo **(7) Referencia**

Estimados clientes **(8) Saludo o vocativo**

Gracias por su pedido y por el giro de B/ 100 00 (cien balboas) que nos enviaron para su cancelación. **(9) Introducción**

Adjuntamos la factura correspondiente, debidamente cancelada y el nuevo catálogo que nos solicitan **(10) Conceptos Fundamentales**

Ya ustedes conocen nuestra norma tradicional de ofrecer a nuestros clientes un servicio a su entera satisfacción.

Esperamos sus órdenes y les saludamos atentamente, **(11) Despedida**

\_\_\_\_\_ **(12) Firma**  
Luis Chen **(13) Nombre del Remitente**  
Gerente General **(14) Título o Cargo**  
lCh/nm **(15) Iniciales**  
Anexos 2 **(16) Anexos o Adjuntos**  
c Depto de Ventas **(17) Indicación de Copias**

## TALLER N° 1

Indicaciones: ordene y ubique adecuadamente en el esquema en blanco, la información de las partes de una carta comercial. Estilo bloque extremo, puntuación abierta.

Ref.: venta de tres máquinas de escribir

SA:mm (iniciales)

Samuel Aguirre

Gerente

Respetado señor González

Sr. Aníbal González

Atentamente,

Ave. Perú N° 5 – 39

Ciudad

(3) Le agradeceríamos que una vez haya recibido esta constancia de la oferta nos comunique su aceptación, para hacerles el envío respectivo.

OLIMPIA TEC, S.A (1) membrete

Tel.: 269 – 4333 Apdo.: 6 – 2131 (2) membrete

Panamá 6, Panamá (3) membrete

(1) Refiriéndose a la conversación que sostuvimos ayer sobre la venta de tres máquinas de escribir, le confirmamos las condiciones estipuladas.

(2) Le entregaremos las máquinas "Olimpia" modernas, último modelo y otras características de su elección y en pago recibiremos de usted B/. 180.00 (ciento ochenta balboas), al contado.

TALLER Nº 1

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## **REINFORMACIÓN N° 1**

**OLIMPIA TEC, S A**  
**Tel 269 – 4333 Apdo · 6 – 2131**  
**Panamá 6, Panamá**

2 de junio de 2008

**Sr. Anibal González**  
**Ave Perú N° 5 – 39**  
**Ciudad**  
**Ref : venta de tres máquinas de escribir**

**Respetado señor González**

**Refiriéndose a la conversación que sostuvimos ayer sobre la venta de tres máquinas de escribir, le confirmamos las condiciones estipuladas**

**Le entregaremos las máquinas “Olimpia” modernas, último modelo y otras características de su elección y en pago recibiremos de usted B/. 180 00 (ciento ochenta balboas), al contado**

**Le agradeceríamos que una vez haya recibido esta constancia de la oferta nos comunique su aceptación, para hacerles el envío respectivo**

**Atentamente,**

**Samuel Aguirre**  
**Gerente**  
**SA:mm**



**REINFORMACIÓN Nº 1**

Cervecería Nacional S A.  
Tel 266 – 6400 – Apdo 536  
Panamá 1, Panamá

28 de octubre de 2009

Sres Cemento Bayano  
Apartado 7565  
Panamá 5, Panamá  
Asunto Contestar pedido de informe personal

Señores

---

---

---

---

---

---

Atentamente,

Tomás Lezcano  
Jefe de Personal  
TL/mt

**REINFORMACIÓN Nº 2**

Distribuidora de Bicicletas  
Benoto, S A  
Tel · 264 – 2528

18 de noviembre de 2009

Sres Almacenes La Pedregaleña  
Calle 8ª, Nº 225  
David, Chiriquí

Respetados señores:

---

---

---

---

---

---

---

Atentamente,

Rafael Pérez  
Jefe de Ventas

RP/an

### 3.3.1. FOTOGRAFÍAS

Nº 1



Los aprendices demuestran interés al escuchar las explicaciones que la Profesora les ofrece acerca de los objetivos del curso, y los talleres que desarrollarán en cada clase presencial y las asignaciones por auto instrucción.

Nº 2



Este taller trata de una prueba diagnóstica en la cual, dada las partes de la carta en desorden, ellos las ubican adecuadamente en un esquema.

### Nº 3



La Profesora les explica las consignas que deben desarrollar en sus hogares y presentarlas en la próxima sesión presencial.

#### **3.4. MÓDULO N° 2**

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**EXTENSIÓN DE CHEPO**  
**MAESTRÍA EN DOCENCIA SUPERIOR**  
**PRÁCTICA PROFESIONAL**

**MÓDULO Nº 2**

**Título:** Reforzamiento en la Redacción del Currículum Vitae y el Acta.

**Duración:** 1 semana

**Horas:** 10 presenciales

**Objetivo Particular:** Familiarizar a los educandos con la estructura y disposición de las partes de un currículum vitae y el acta

| Objetivo Específico   | Contenido  | Estrategias Metodológicas  | Recursos Didácticos  | Evaluación   |
|---|--|--|--|--|
| 1 Preguntar, en forma clara, las características personales, su profesión o carrera | 1.1. El Currículum Vitae<br>- Aspectos<br>• Datos personales<br>• Capacidad o Estudios<br>• Experiencia Profesional<br>• Otros cursos<br>• Referencias | 1.1.1 Analiza los aspectos que contiene un currículum vitae u hoja de vida<br>1.1.2 Practica la redacción de su hoja de vida<br>1.1.3 Presenta varios currículum vitae | Libro de texto<br><br>Material impreso<br><br>Retroproyector | Diagnóstico<br>- Comentario oral del tema<br><br>Formativo<br>- Se aclaran las dudas sobre los temas tratados. |

|  |   |   |                                  |  |
|--|---|---|----------------------------------|--|
| <p>2. Destacar aspectos para la redacción de un acta</p> | <p>2 1 El Acta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clases <ul style="list-style-type: none"> <li>• De relación de lo tratado en una junta</li> <li>• De la elección y de la dimensión de un cargo</li> </ul> </li> <li>- La Agenda de el Orden del Día. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción</li> <li>• Apertura por el Presidente</li> <li>• Pase de lista</li> <li>• Lectura del acta anterior</li> <li>• Informe del Presidente y las Comisiones</li> <li>• Discusión y nuevas proposiciones</li> <li>• Acuerdos y resoluciones</li> <li>• Clausura por el Presidente</li> </ul> </li> </ul> | <p>2 1 1. Recuerda las clases de actas y los motivos para su redacción</p> <p>2 1 2 Redacta varias actas, según los modelos presentados</p> <p>2 1 3 Practica la redacción de una agenda u orden del día de una reunión</p> <p>2 1 4 Presenta varios ejemplos para su discusión</p> | <p>Tablero</p> <p>Cartapacio</p> | <p>Sumativa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entregarán los documentos redactados</li> </ul> |
|--|---|---|----------------------------------|--|

### **3.4.1. MATERIAL DIDÁCTICO**

#### **TEMA Nº 1 EL CURRÍCULUM VITAE**

| <b>OBJETIVOS DE PROCESOS</b>                           | <b>CONTENIDO</b>                |
|--|---------------------------------|
| 1 Reconocer las características de un currículum Vitae | 1 Conceptos                     |
| 2 Discutir, las partes de un currículum                | 2 Partes de un Currículum Vitae |
|  | 2 1. Datos Personales           |
|  | 2.2 Estudios Realizados         |
|  | 2 3 Experiencia Profesional     |
|  | 2 4 Referencia Personales       |

## **INFORMACIÓN**

El currículum vitae es la hoja que detalla las características personales (estudios, experiencias, referencias, etc )

Tienen por función dar a conocer un expediente personal con el fin de brindar una buena imagen del aspirante a un cargo y, por lo tanto, servirle como medio de promoción de sus méritos y experiencias. Se debe presentar en forma de un resumen claro que permita conocer rápidamente los rasgos importantes de la vida de una persona, su profesión o carrera.

El tipo más usual de currículum vitae desarrolla la forma esquemática, pero completa y clara, los siguientes aspectos

- a Datos personales
- b Capacidad o Estudios Realizados
- c Experiencia Profesional
- d Otras conocimientos (si los tiene)
- e Referencia personales

## TALLER N° 1

Redacte un Curriculum Vitae, completa la información con tus datos personales.

### 1. DATOS PERSONALES

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad \_\_\_\_\_

Lugar de nacimiento: \_\_\_\_\_

Nacionalidad \_\_\_\_\_

Estado civil \_\_\_\_\_

Residencia. \_\_\_\_\_

### 2. ESTUDIOS REALIZADOS

| NIVEL         | AÑO | CENTRO EDUCATIVO | TÍTULO |
|---------------|-----|------------------|--------|
| PRIMARIO      |     |                  |        |
| SECUNDARIO    |     |                  |        |
| UNIVERSITARIO |     |                  |        |
| POSTGRADO     |     |                  |        |
| OTROS         |     |                  |        |

### 3. EXPERIENCIA PROFESIONAL

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

4. IDIOMAS: \_\_\_\_\_

**5. REFERENCIAS PERSONALES:**

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**6. ASPIRACIONES:**

**TIPO DE CARGO:** \_\_\_\_\_

**SALARIO:** \_\_\_\_\_

## REINFORMACIÓN Nº 1

REDACTE, EN CASA, DOS CURRÍCULUM VITAE, CON LOS DATOS DE ALGÚN FAMILIAR O AMIGO QUE ESTÉ BUSCANDO UN EMPLEO.

### 1. DATOS PERSONALES

Nombre. Marco Antonio Solís

Edad 50 años

Lugar de nacimiento La Palma, Darién

Nacionalidad. panameña

Estado civil casado

Residencia Altos de las Acacias Calle 28

### 2. ESTUDIOS REALIZADOS

| NIVEL         | AÑO  | CENTRO EDUCATIVO      | TÍTULO                            |
|---------------|------|-----------------------|-----------------------------------|
| PRIMARIO      | 1971 | Pedro J Sosa          | Certificado de Estudios Primarios |
| SECUNDARIO    | 1981 | Instituto Nacional    | Bachiller en Ciencias             |
| UNIVERSITARIO | 1990 | Universidad de Panamá | Licdo Corrección de Textos        |
| POSTGRADO     | 2008 | Universidad de Panamá | Docencia Superior                 |
| OTROS         |      |                       |                                   |

### 3. EXPERIENCIA PROFESIONAL

- Corrector de Texto en la O.N U
- Corrector de Texto Editorial Norma
- \_\_\_\_\_

**4. IDIOMAS:** \_\_\_\_\_

**5. REFERENCIAS PERSONALES:**

- Armando Bellido 220 - 5465
- Rafael Ramírez 295 – 3485
- Roxana Urriola

**6. ASPIRACIONES:**

**TIPO DE CARGO:** Corrector de Textos Escolares

**SALARIO:** B/ 1,800 00

## **TEMA N° 2**

### **EL ACTA**

#### **OBJETIVOS DE PROCESO:**

- 1 Señalar los aspectos para la redacción de actas

#### **CONTENIDO**

- 1 Concepto
- 2 Clases de Actas
- 3 Puntos que se tratan

## **INFORMACIÓN**

El acta es un escrito en el que anota lo que acontece en una sesión asistencia, proposiciones, discusiones, acuerdos, informes, etc. Al final de la reunión, el Presidente y el Secretario firman el acta, la cual se lee en la próxima asamblea para su aprobación definitiva

Al reunirse el personal, se acostumbra leer el "Orden del día" o puntos que se van a tratar en la reunión, los cuales generalmente son

- a Palabras de apertura por el Presidente (o quien preside la sesión)
- b Comprobación del quórum (o pase de lista)
- c Lectura del acta anterior por el Secretario, para su aprobación o rectificación
- d Informe de comisiones
- e Asuntos varios (o periodo de proposiciones, discusiones y acuerdos)
- f Clausura de la reunión por el Presidente

El acta deberá comenzar indicando el tipo de reunión (ordinario o extraordinario), el lugar donde se efectúa, la hora, la fecha y el año, así como el nombre de los asistentes, el nombre de quien lo dirige y el quórum

**- EJEMPLO -**  
**ACTA Nº 2**

Acta de reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas de Empresas Unidas, realizada en la Sala de Sesiones de la empresa en la ciudad de Panamá, a las siete de la noche del día ocho de febrero de 2008

El Sr. Enrique Hart, Presidente, dio iniciada la sesión. Seguidamente, el señor Secretario verificó la asistencia y comprobó que había quórum reglamentario. Estuvieron ausentes José Alonso y Patricia Spencer

El Presidente pidió al Secretario que leyera el Acta anterior. Fue aprobado por unanimidad.

Se pasó al punto siguiente, Informe de Comisiones. El tesorero dio lectura a su informe, el cual mostró un saldo a favor de B/ 16,708.24. No hubo comentarios.

En el siguiente punto, Asuntos Varios, Luis Pérez propuso realizar una rifa de 3 autos para aumentar los fondos de la asociación. La moción fue sumamente discutida y, finalmente, fue rechazada por la mayoría.

Tomás Sánchez propuso que se invitara a Industrias Textiles, S.A., empresa afín a los integrantes de la corporación, para que formara parte de la agrupación. La propuesta fue secundada por varios miembros.

Finalmente, el Presidente decidió nombrar una comisión para que se entrevistara con los señores de Industrias Textiles y rindieran informe en la próxima reunión.

No habiendo más asuntos que tratar, el Presidente dio por terminada la sesión a las 8:00 p.m.

Enrique Hart  
Presidente

Vidal Ledezma  
Secretario

## CONSIGNA N° 1

Indicaciones este documento debes entregarlo en tu próxima clase presencial

Prepare un acta en relación con el tema siguiente

Los accionistas de Empresas Unidas, realizaron su asamblea ordinaria en la sala de sesiones de la empresa, el día 18 de noviembre de 2009, a las 7 00 p m

El Presidente es el señor Enrique Hart, el Secretario José Luis Pérez. No asistieron José Alonso y Patricia Spencer

El secretario leyó el acta anterior, luego informa de las comisiones El tesorero informó que había un saldo a favor de B/ 16,708 24

En asuntos varios, Luis Pérez hizo la propuesta de una rifa de 3 autos, fue discutida, finalmente fue rechazada por la mayoría

Tomás Sánchez propuso invitar a Industrias Textiles, S A , para formar parte de la agrupación La propuesta fue aceptada, finalmente se decidió nombrar una comisión

El Presidente dio por terminada la sesión a las 8:00 p m (si falta algún dato proporcionarlo)

## **REINFORMACIÓN**

### **ACTA Nº 2**

Acta de la reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas de Empresas Unidas, realizada en la Sala de Sesiones de la empresa en la ciudad de Panamá, a las siete de la noche del día ocho de noviembre de 2009

El señor Enrique Hart, Presidente, dio por iniciada la sesión Seguidamente, el señor Secretario verificó la asistencia y comprobó que había quórum reglamentario Estuvieron ausentes José Alonso y Patricia Spencer

El Presidente pidió al Secretario que leyera el acta anterior Fue aprobada por unanimidad.

Se pasó al punto siguiente, Informe de Comisiones El tesorero dio lectura a su informe, el cual mostró un saldo a favor de B/ 16,708 24 No hubo comentarios

El siguiente punto, Asuntos Varios, Luis Pérez propuso realizar una rifa de 3 autos para aumentar los fondos de la asociación

La misma fue sucesivamente discutida y, finalmente, fue rechazada por la mayoría

Tomás Sánchez propuso que se invitara a Industrias Textiles S A , empresa afín a los integrantes de la corporación, para que formará parte de la agrupación La propuesta fue secundada por varios miembros

Finalmente, el Presidente decidió nombrar una comisión para que se entrevistara con los señores de Industrias Textiles y rindieran informe para la próxima reunión

No habiendo más asuntos que tratar, el Presidente dio por terminada la sesión a las 8 00 p m

Enrique Hart  
Presidente

Vidal Ledezma  
Secretario

### 3.4.2. FOTOGRAFÍAS

Nº 1



La primera sesión después del lapso por autoinstrucción se discuten los temas asignados para reafirmar la asignación por parte del educador.

En este caso se discute la ubicación de las partes de la carta comercial.

Nº 2



Otro documento cuya redacción implica mucha destreza es el acta, pues en una empresa o donde se realice una reunión debe haber constancia de lo ocurrido.

Nº 3



El currículum es un documento indispensable para optar por una plaza de trabajo, por eso, los discentes practican su redacción.

### **3.4. MÓDULO N° 3**

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**EXTENSIÓN DE CHEPO**  
**MAESTRÍA EN DOCENCIA SUPERIOR**  
**PRÁCTICA PROFESIONAL**

**MÓDULO Nº 3**

**Título:** Reforzamiento en la Redacción de Informe y el Memorando

**Duración:** 1 semana

**Horas:** 10 presenciales

**Objetivo Particular:** Asimilar los procedimientos para redactar documentos institucionales como el informe y el memorando

| Objetivo Específico                                       | Contenido   | Estrategias Metodológicas  | Recursos Didácticos   | Evaluación   |
|---|---|--|---|--|
| 1 Reafirmar los conocimientos en la redacción de informes | 1.1 El informe <ul style="list-style-type: none"> <li>- Características</li> <li>• Redacción impersonal</li> <li>• Opinión sustentadas</li> <li>- Partes</li> <li>• Persona o institución a quien va dirigida</li> <li>• Título</li> <li>• Autor (a)</li> <li>• Descripción del problema</li> <li>• Análisis</li> <li>• Conclusiones</li> </ul> | 1.1.1 Recuerda las características de un informe<br>1.1.2 Lee, detenidamente, y analiza las partes de un informe<br>1.1.3 Redacta diversos informes, siguiendo los modelos presentados | Libro de texto<br><br>Material impreso<br><br>Lecturas escogidas<br><br>Láminas | Diagnóstico <ul style="list-style-type: none"> <li>- Discusión de los diferentes aspectos tratados</li> </ul> Formativa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Intercambio de ideas sobre los documentos comerciales</li> </ul> Sumativa <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrega de trabajos</li> </ul> |

|  |  |   |  |   |
|--|--|---|--|---|
| <p>2 Practicar la redacción de memorando</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recomendaciones</li> <li>• Firma responsable</li> <li>• Fecha</li> </ul> <p>2 1 El memorando</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Características</li> <li>• Comunicación interna</li> <li>• Generalmente abarca la mitad de una hoja – carta</li> <li>• Puede escribirse horizontalmente o verticalmente</li> <li>• Texto breve</li> <li>• No lleva saludo, ni despedida</li> <li>- Partes</li> <li>• Membrete (si hay)</li> <li>• Palabra</li> </ul> <p>Memorando escrita en mayúscula y hacia el centro</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encabezamiento</li> <li>• Fecha</li> <li>• Para – A</li> <li>• De</li> <li>• Asunto</li> <li>• Texto o contenido</li> <li>• Nombre del remitente o sus iniciales</li> </ul> | <p>2 1 1 Analiza las características de un memorando</p> <p>2 1 2 Comenta, oralmente, las partes de este documento</p> <p>2 1 3 Observa diferentes modelos de memorandos</p> <p>2 1 4 Redacta varios memorandos</p> <p>2 1 5 Entrega los memorandos asignados</p> | <p>Material impreso</p> <p>Hojas blancas</p> <p>Libro de texto</p> <p>Cartapacio</p> | <p>Diagnóstica</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lluvia de ideas</li> </ul> <p>Formativa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Práctica escrita</li> </ul> <p>Sumativa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entregarán los documentos redactados</li> </ul> |
|--|--|---|--|---|

### 3.5.1 MATERIAL DIDÁCTICO

#### TEMA N° 1 EL INFORME

##### OBJETIVOS DE PROCESOS

|   | CONTENIDO                                    |
|---|--|
| 1 Reconocer las características del informe | 1 Concepto                                   |
| 2 Identificar las partes de un informe      | 2. Características<br>3 Partes de un informe |
| 3 Redactar un informe                       |  |

##### INFORMACIÓN

###### 1. Concepto:

El informe es otro de los documentos que con frecuencia se usan en el mundo de las relaciones comerciales e institucionales

Un informe es la descripción y el análisis de un hecho, de un problema, de una investigación, de un proyecto, de una tarea, de ideas, etc. Dentro de la institución, los informes se dirigen casi siempre a los superiores en rango o categoría, también pueden darse entre empleados de igual rango. Además, pueden ser enviados a personas fuera de la institución, por ejemplo a clientes, agencias, representantes, etc

###### 2. CARACTERÍSTICAS:

Una de las características más importantes del informe es que deben ser de fácil lectura, interesante y bien presentado. Su extensión debe ser únicamente la necesaria, aunque ésta depende del asunto a informar

La redacción debe ser impersonal, directa, objetiva y exacta

Todas las opiniones que se den en un informe deben ser sustentadas

Se deben mencionar o utilizar el mayor número posible de datos referentes al informe que se haga (porcentaje, términos, números y otras cifras)

### **3. PARTES DE UN INFORME:**

No existe una forma exacta, pero se recomienda lo siguiente

1. Persona e Institución a quien va dirigida
2. Título o autores
3. Autor o autores
4. Descripción del problema u objeto del informe
5. Análisis (comprende estudios, investigaciones, métodos usados, etc )
6. Conclusiones
7. Recomendaciones o sugerencias
8. Firma responsable
9. Fecha

También hay tipos comunes de informes comerciales, más cortos escritos en forma de carta o memorando.

## **MODELO DE INFORME**

### **Informe dirigido al Gerente de Venta de MELO Y CÍA., S.A. Sobre Ventas de Implementación Agrícolas en el Interior de la República**

**Presentado por: Humberto Tuñón  
Agente Viajero**

#### **El Problema:**

Como las estadísticas de ventas de la Empresa señalan una disminución bastante preocupante en las ventas de implementos agrícolas en el interior del país, la Gerencia de la Empresa me encomendó hacer la investigación necesaria e informar al Departamento de Ventas los resultados y algunas sugerencias para su solución

#### **Análisis:**

En mi recorrido por los establecimientos comerciales de las cabeceras de las provincias he recibido numerosas quejas sobre la tardanza en los envíos de los pedidos

Algunos comerciantes de las ciudades de Chitré y David han comenzado a hacer pedidos a la competencia, precisamente a causa de la demora en la entrega de estos últimos meses y a que la competencia está ofreciendo un porcentaje mayor en las ventas al contado. Estas circunstancias son bastante graves, ya que dichos clientes, a su vez, abastecen a otros comerciantes de comunidades cercanas

#### **Conclusión:**

Creo que es evidente que la única forma de no seguir perdiendo clientes y de atraer nuevos compradores es tratando de ganarle a la competencia en servicio y ventajas sobre las ventas

**Sugerencias:**

Recomendamos hacer un estudio sobre los precios de nuestros artículos al crédito y al contado para buscar la manera de aumentar los porcentajes de comisión de ventas

Además, es urgente revisar y organizar al Departamento de Embarque y Servicio de Carga y Transporte, de manera que estos servicios sean más dinámicos, ágiles y eficientes

Humberto Tuñón

Panamá, 8 de agosto de 2008

## CONSIGNA

Indicaciones: este documento debes entregarlo, sin errores, la próxima clase presencial

Redacte un informe dirigido al Magister Raúl Velásquez, Director del I P T Jephtha B Duncan acerca de las condiciones higiénica del aula de clases donde te encuentras actualmente

---

---

---

Presentado por \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

El Problema \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Análisis \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Conclusión \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Sugerencia \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## **REINFORMACIÓN**

**Informe dirigido al Director del I.P.T. Jephtha B. Duncan, Raúl Velásquez sobre las malas condiciones higiénicas del aula 404**

**Presentado por: Estudiantes de 12º**

### **El Problema:**

Hemos observado que el aula 404 siempre permanece sucia, debido a que no es aseada debidamente, por lo menos una vez por semana. La profesora nos encomendó hacer una investigación e informar a la administración del colegio.

### **Análisis:**

En la observación que hicimos durante una semana, mientras asistíamos al Curso de Reforzamiento, nos pudimos percatar que ni siquiera recogían los papeles del piso, mucho menos la basura.

### **Conclusión:**

Creo que es evidente que la única forma de mantener el aula limpia es llamándole fuertemente la atención a quien le corresponda hacer la limpieza en el área.

### **Sugerencia:**

Recomendamos hacer un recorrido constante por todas las aulas y buscar la manera de que permanentemente permanezca limpia.

Eliécer Cáceres

Panamá, 6 de junio de 2008

**TEMA N° 2**  
**EL MEMORANDO**

| <b>OBJETIVOS DE PROCESOS</b>                              | <b>CONTENIDO</b>   |
|---|--|
| 1 Identificar las partes de un memorando                  | 1 Concepto<br>2 Partes del Memorando   |
| 2 Aplicar los conocimientos en la redacción de memorandos | 2 1. Palabra MEMORANDO<br>2 2 El encabezamiento<br>2.3 El texto<br>2 4. Nombre del remitente |

**INFORMACIÓN**

**1. Concepto:**

El memorando (o memorándum) es un tipo de comunicación interna en el que se presentan algunos asuntos que el personal de la empresa o institución los tome en cuenta. Las empresas se valen de él cuando quieren informar al personal sobre temas como cambios de horario, ofrecer instrucciones, amonestaciones, anuncios, conferencias, ascensos, observaciones, decisiones, anunciar innovaciones o separación de cargos, etc.

El memo, como le llaman generalmente las secretarías en Panamá, va dirigido por un jefe a sus subalternos, pero también pueden valerse de él otras personas.

**2. Partes de un memorando:**

El memorando constan de las siguientes partes:

**2.1.** La palabra MEMORANDO, escrita hacia el centro

- 2.2.** El encabezamiento, que consta de las siguientes partes  
Fecha, Para, De, Asunto, que pueden colocarse de manera  
vertical u horizontal
- 2.3.** El texto o contenido, que inicia a 3 espacios después del  
encabezamiento El nombre del remitente o sus iniciales, que  
permite al destinatario saber quién es el autor del mensaje que  
recibe

## **MODELO**

### **MEMORANDO**

**Fecha:** 25 de octubre de 2008

**Para:** Todo el Personal

**De:** Gerente General

**Asunto:** Entrega de cheques

Cada vez son más los empleados que suspenden sus labores para acudir a retirar sus cheques.

Esto, naturalmente, está afectando considerablemente la producción de la empresa e impacienta al público en la sala de espera

Por tanto, a partir de la fecha, los cheques sólo se entregarán a la hora de la salida en la ventanilla de pago

Esta medida se aplicará a todo el personal de la empresa

Jorge Pinilla Sanjur



## REINFORMACIÓN

### MEMORANDO

**#185**

**Fecha:** 20 de noviembre de 2008

**Para:** Personal de LICSA, S A

**Asunto:** Cierre temporal de la biblioteca

La Dirección de Educación y Cultura informa a los empleados, que el sábado 25 de octubre la biblioteca estará cerrada al público, ya que se pintarán las paredes y el techo de toda la sección

Esta medida obedece a que los productos químicos utilizados para tal fin, expiden olores fuertes los cuales pueden afectar a los usuarios

Julián Pérez

Director de Educación y Cultura

### 3.5.2. FOTOGRAFÍAS

Nº 1



Los jóvenes se esmeran en aplicar otras técnicas para la redacción de un informe.

## Nº 2



El memorando o memo es usado muy frecuentemente en las instituciones y su contenido debe ser redactado con claridad y precisión.

Nº 3



La Profesora aclara dudas de los estudiantes acerca del trabajo que están desarrollando.

### **3.6. MÓDULO Nº 4**

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**  
**VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**  
**EXTENSIÓN DE CHEPO**  
**MAESTRÍA EN DOCENCIA SUPERIOR**  
**PRÁCTICA PROFESIONAL**

**MÓDULO N° 4**

**Título:** Reforzamiento en la Redacción de Resoluciones y Cartas Sociales de felicitación

**Duración:** 1 semana

**Horas:** 10 presenciales

**Objetivo Particular:** Adquirir la capacidad para redactar resoluciones y cartas sociales

| <b>Objetivo Específico</b>                            | <b>Contenido</b>   | <b>Estrategias Metodológicas</b>   | <b>Recursos Didácticos</b>                            | <b>Evaluación</b>  |
|---|--|--|---|--|
| 1 Desarrollar la habilidad para redactar resoluciones | 1 1 La Resolución<br>- Aspectos o motivos <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ascensos</li> <li>• Duelo</li> <li>• Protesta</li> <li>• Reconocimiento de méritos</li> <li>• Partes</li> <li>• Considerando</li> </ul> | 1 1 1 Observa diferentes ejemplos de resoluciones<br>1 1 2 Analiza los aspectos o motivos para redactar una resolución<br>1 1 3 Considera las partes de este | Material impreso<br><br>Libro de texto<br><br>Tablero | Diagnóstica <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preguntas orales sobre el tema</li> </ul> Formativa <ul style="list-style-type: none"> <li>• Práctica escritas</li> </ul> Sumativa <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de</li> </ul> |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| <p>2 Valorar la importancia de las cartas de cortesía comercial o Relaciones Públicas</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• resueltos</li> </ul> <p>2 1 Cartas de Cortesía Social o de Relaciones Públicas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Finalidad</li> <li>- Reglas generales</li> <li>- Clasificación</li> <li>• Felicitación</li> <li>• Invitación</li> <li>• Pésame</li> </ul> | <p>1 1 4 Practica la redacción de resoluciones documento</p> <p>2 1 1 Reconoce la importancia de las cartas de cortesía dentro de una empresa</p> <p>2 1 2 Aprecia la finalidad y las reglas generales para la redacción de este documento</p> <p>2 1 3 Practica la redacción de diferentes tipos, según modelos presentados</p> <p>2 1 4 Entrega los trabajos asignados</p> | <p>trabajos</p> <p>Libro de texto</p> <p>Material impreso</p> <p>Tablero</p> <p>Marcadores</p> | <p>Diagnóstica</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comentario oral sobre el tema</li> </ul> <p>Formativa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Práctica de redacción</li> </ul> <p>Sumativa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregarán el compendio de los trabajos realizados</li> </ul> |
|---|--|--|--|--|

**BIBLIOGRAFÍA:** Castillo Pérez, Abel Español Actual Método Constructivista De Martínez Ramos, Noemí Redacción Comercial Fernández De La Torre, Gastín Cómo Escribir Correctamente

### 3.6.1. MATERIAL DIDÁCTICO

#### TEMA Nº 1 LA RESOLUCIÓN

| OBJETIVOS DE PROCESOS:                     | CONTENIDO:                 |
|--|----------------------------|
| 1 Identificar las partes de una resolución | 1 Concepto                 |
| 2 Redactar una resolución                  | 2 Partes de una resolución |
|  | - Considerando             |
|  | - Resueltos                |
|  | 3 Cartas Sociales          |
|  | - Felicitación             |

#### INFORMACIÓN

##### 1. Concepto:

La resolución no es más que la decisión que, frente a un hecho – un deceso, una protesta, un ascenso, etc –

##### 2. Partes de una resolución:

Los considerandos, o razones explicativas de la situación deben enumerarse (1, 2,3 ) y comenzar con la conjunción que Al final de cada uno debe ponerse punto y coma (,), por tratarse de una serie de explicaciones Pero al final del último, se pondrá coma (,) ya que la clausula continúa

Antes de cada considerando deberá ponerse, en mayúscula cerrada, centrada, la palabra CONSIDERANDO, seguida de dos puntos ( ) (CONSIDERANDO)

Los resueltos o serie determinaciones a las que se llega También deben enumerarse e iniciar con formas verbales infinitivas (expresar, lamentar, etc ) Después de cada resuelto debe ponerse punto ( ) por

tratarse del cierre de la oración. Al iniciar el resuelto se escribirá la palabra (RESUELVE·)

Después del último resuelto, se pondrá la fecha (dada en la ciudad de. a las días del mes de 200 ) y el nombre del o de los firmantes al final de la resolución.

**- EJEMPLO -**

**RESOLUCIÓN N° 1**

El Sindicato de Trabajadores de Industrias Velásquez,

**CONSIDERANDO:**

- 1 Que el día 4 de agosto el señor Luis Morán fue ascendido al cargo de Gerente General de Industrias Velásquez,
- 2 Que el señor Morán ha desempeñado diferentes cargos en la compañía con gran responsabilidad,
3. Que Don Luis Morán ha sido siempre un gran defensor de los derechos de los trabajadores,

**RESUELVE:**

- 1 Expresar nuestra gran satisfacción por el justo ascenso de que ha sido objeto
- 2 Recomendar sus virtudes personales y profesionales como dignas de ser imitadas
- 3 Testimoniar nuestro aprecio por medio de un obsequio especial
- 4 Enviar copia de esta resolución a los medios de comunicación social

Dada en la ciudad de Panamá a los 8 días del mes de agosto de 2008

Agustín Cedeño  
(Secretario General)

## ASIGNACIÓN

Prepare una resolución sobre el siguiente tema

El distinguido profesor José Luis Pimentel acaba de jubilarse El Ministerio de Educación lo condecoró con la medalla Manuel José Hurtado el 1 de diciembre Pimentel se desempeñó de manera responsable y ejemplar en varios colegios del país (Firma la resolución la Profa Elvia Ramírez, Directora)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## **REINFORMACIÓN**

### **RESOLUCIÓN N° 1**

El Ministerio de Educación

#### **CONSIDERANDO:**

1. Que el distinguido Profesor José Luis Pimentel acaba de jubilarse;
2. Que el profesor Pimentel se desempeñó de manera responsable y ejemplar en varios colegios del país,

#### **RESUELVE:**

1. Condecorar al Profesor Pimentel con la medalla Manuel José Hurtado el 1 de diciembre
2. Entregar copia de esta resolución al homenajeado

Dado en la ciudad de Panamá, el 5 de noviembre de 2009

Profa Elvia Ramírez  
Directora

## TEMA Nº 2

### CARTAS DE CORTESÍA COMERCIAL O DE RELACIONES PÚBLICAS

| OBJETIVOS DE PROCESOS  | CONTENIDOS         |
|--|--------------------|
| 1 Familiarizar a los aprendices con las cartas de cortesía comercial | 1 Concepto         |
| 2 Redactar cartas de cortesía comercial                              | 2 Reglas Generales |
|  | 2 1 Brevedad       |
|  | 2 2 Naturalidad    |
|  | 2 3 Claridad       |
|  | 3 Clasificación    |
|  | 3 1 Felicitación   |

### INFORMACIÓN

El objetivo fundamental de estas cartas es promover la amistad y ganar buena voluntad, por eso deben distinguirse por su brevedad, naturalidad, claridad, etc

- 3 1 Cartas de Felicitación se felicita a la persona que ha sido agraciada con una extraordinaria satisfacción

## MODELO

Panamá, 12 de agosto de 2008

Sr. Juan Mena

Jefe de Ventas

Las Cumbres

Estimado señor

Al reconocer que mañana celebrará su cumpleaños, quiero unir mi felicitación a las muchas que recibirá en tan señalado día

Y son mis mejores deseos para reciba el respetuoso saludo

Pedro Durán

Propietario

**CONSIGNA N° 1**

Redacte una carta de felicitación a tus compañeros (as) por su graduación de duodécimo grado, en la próxima clase

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## REINFORMACIÓN

Panamá, 21 de noviembre de 2008

Compañeros (as)

I P T Jeptha B Duncan

24 de Diciembre

Queridos (as) Compañeros (as)

La próxima semana estarán recibiendo su título de Bachiller de Comercio, por lo tanto, deseo unirme a las muchas felicitaciones que recibirán por lograr tan anhelado triunfo

Espero sigan cosechando éxitos en el futuro

Damián Díaz

Compañero

### 3.6.2. FOTOGRAFÍAS

Nº 1



Los estudiantes se esfuerzan por redactar una resolución.

Nº 2



Las cartas sociales sirven para mantener las buenas relaciones entre el personal de una empresa. Por eso, redactaron la de felicitaciones por graduación.

N° 3



Los educandos escuchan las apreciaciones de final de curso.

## CONCLUSIONES

El desarrollo de este proyecto nos permitió comprobar que la comunicación escrita mantiene activa la vida de los negocios en sus diferentes relaciones, que sea en el orden industrial, comercial, bancario, profesional, administrativo, otros

Por consiguiente, quienes aspiran alcanzar éxitos en este campo deben interesarse en dotar sus mensajes comerciales de calidad total, es decir, expresando ideas de interés y convenientes para los clientes, utilizando nuevas técnicas comunicativas cónsonas con las corrientes administrativas del momento; de manera que se pueda lograr la tan anhelada excelencia en la comunicación empresarial

Así pues, las personas de negocio comunican sus ideas en función de calidad, relaciones públicas y relaciones humanas valiéndose de la tecnología moderna, pero el redactor no puede obviar para hacer sus escritos el plan de una carta, el empleo de términos comerciales actualizados y las reglas prácticas para la puntuación, ya que no basta con usar archivos electrónicos, sino que la carta comercial es un elemento básico de comunicación entre las personas y organizaciones y se emplea en la oficina tradicional como en la moderna, en archivos electrónicos como en papel, porque los elementos básicos de la comunicación, no se pueden modificar

En suma, la carta comercial se constituye en el mensaje por excelencia que emplea cualquiera organización para su comunicación

## RECOMENDACIONES

Los objetivos fundamentales de la correspondencia comercial son informar y comunicar, además convencer o persuadir

Por lo tanto, los profesionales en esta área deben tener oportunidades de una formación académica adecuada que les permita acrecentar su nivel de competitividad laboral

Por ello, recomendamos lo siguiente

- 1 Se deben ampliar la gama de conocimientos de los estudiantes de acuerdo a su especialidad a través de cursos y seminarios de Redacción, Correspondencia, otros
- 2 Hay que detectar prioridades y necesidades educativas reales, en cuanto al uso de la tecnología y correspondencia moderna para que los egresados respondan a las exigencias de los intereses empresariales
- 3 Se debe promover la lectura como medio para mejorar los aspectos referentes al buen uso de los recursos lingüísticos, comprensión y captación de conceptos en la comunicación escrita
- 4 Hay que dotar a los aprendices de un amplio material bibliográfico actualizado que le sirva de referencia cuando tengan dudas sobre algún tema
- 5 Se debe trabajar los ejes transversales en todas las asignaturas para conseguir resultados óptimos en los aprendices para que sean mejores profesionales

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 Acosta Roberts, Orlando Curso de Reforzamiento para Mejorar el Rendimientos de los Estudiantes del Primer Año de la Licenciatura en Economía en la Universidad Metropolitana de Educación, Ciencia y Tecnología Tesis 2008
- 2 Castillo Pérez, Abel (2006) Español Actual Ediciones Ariel Panamá Panamá
- 3 De Martínez Ramos, Noemí (2001) Redacción Comercial Editora Sibauste Panamá, Panamá
- 4 De Solano Rodríguez, Milvia Español Siglo XXX (2000) Editora Sibauste Panamá, Rep de Panamá
- 5 De Solano Rodríguez, Milvia (2006) Manual para Resolver Dudas Editora Sibauste Panamá, Rep de Panamá
- 6 De McElfresch Robinson, Crescencia Español 12º Editora Susaeta Panamá, Panamá
- 7 Fernández De La Torrente, Gastín (1999) Cómo Escribir Correctamente Editorial Playor Madrid España
- 8 Rojas, Demóstenes (1999) Redacción Comercial Estructurada Editorial Mc Graw – Hill Interamericana S A Bogotá, Colombia
- 9 Valdés Torres, Irasema Proyecto de Reforzamiento en Redacción y Composición en un Grupo de Estudiantes de Primer Ingreso de la Facultad de la Educación de la Universidad de Panamá Tesis 2008