



# MANUAL DOCENTE PARA FOMENTAR LA ESCRITURA EN INGENIERÍA COMERCIAL

Sugerencias para abordar tres géneros disciplinares



# Manual docente para fomentar la escritura en Ingeniería Comercial





# Manual docente para fomentar la escritura en Ingeniería Comercial

Sugerencias para abordar tres géneros disciplinares

Diego Vargas Duhart

Verónica Barros Iverson

El *Manual docente para fomentar la escritura en Ingeniería Comercial* es posible gracias al apoyo del Centro de Innovación de la Docencia (CID), el Programa de Comunicación y Pensamiento (PCP), la Dirección de Formación Extradisciplinar (DFED) y la Facultad de Economía y Negocios, tanto su sede de Concepción como de Santiago. Las áreas señaladas han permitido y apoyado la publicación de este manual que se plantea —considerando la formación de los alumnos para el siglo XXI— como una iniciativa colaborativa e interdisciplinaria.

### **Autores**

Diego Vargas Duhart  
Verónica Barros Iverson

### **Equipo editorial**

Verónica Strocchi, Ana María Fermandois.

### **Revisor experto**

Ricardo Martínez Gamboa



Facultad de Economía y Negocios  
Dirección de Formación Extradisciplinaria

Proyecto apoyado por el Centro de Innovación Docente  
Universidad del Desarrollo

Universidad del Desarrollo  
Av. Plaza 680, Las Condes  
Teléfono: 56-2-23279110  
[www.udd.cl](http://www.udd.cl) · [dfed@udd.cl](mailto:dfed@udd.cl)

Diseño y diagramación: Tipográfica ([www.tipografica.cl](http://www.tipografica.cl))  
Primera edición: noviembre de 2019

# Índice

7	Introducción
12	Marco teórico
19	El informe comercial
41	El ensayo
53	La bitácora
61	¿Cómo encargar tareas de redacción?
79	La importancia del uso de rúbricas para evaluar la escritura
97	Reflexiones finales
98	Referencias





# Introducción

El propósito de este manual es propiciar una estrategia de comunicación educativa que permita fomentar una cultura de la escritura en la Facultad de Economía y Negocios. Se busca apoyar a los profesores para potenciar la escritura en Ingeniería Comercial y hacer hincapié en la importancia del rol docente en la motivación y seguimiento del proceso escritural para obtener niveles de logros satisfactorios. A su vez, queremos impactar en el aprendizaje de los estudiantes en todas las asignaturas a través de mejoras en la escritura.

Por otra parte, este manual pone de relieve que dominar el código escrito y las convenciones implica insertarse en una comunidad científica. También otorga respuestas a interrogantes respecto de cómo se escriben ciertos tipos de textos, sus propósitos y los niveles de logros a conseguir cuando se requieren tareas de escritura.

Es importante señalar que la escritura juega un rol fundamental en la construcción de mundo de los alumnos y en la autoimagen que tienen con respecto de sus desempeños académicos. Por lo mismo, queremos minimizar expresiones frecuentes de nuestros estudiantes del tipo «no sé escribir», «nunca me ha gustado la escritura ni me he relacionado con ella», o incluso «un profesor se burlaba de mi manera de escribir».

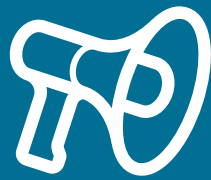


## Recuerde que

La escritura pone en juego un proceso que activa la investigación, lectura, selección y jerarquización de las fuentes consultadas, planificación textual, escritura, corrección, reescritura, edición, escritura de versión final, por nombrar las más evidentes. En otras palabras: la escritura es un proceso extendido en el tiempo.

- La redacción debe orientarse hacia la motivación para no crear experiencias traumáticas con la escritura.
- Todas las instancias académicas y extracurriculares son susceptibles de incrementar los logros en escritura. Este manual busca ser un aporte en esa línea.





**¿Qué encontrarás en este manual?**



- **Herramientas** para incentivar y profundizar la práctica de la escritura en la sala de clases.
- **Lineamientos** para crear una cultura de la redacción en la Facultad de Economía y Negocios que actualmente imparte la carrera de Ingeniería Comercial, con el propósito de otorgar un sello distinto y un valor agregado a nuestros estudiantes y egresados.
- **Modelos de textos** a requerir y las estructuras de dichos textos.
- **Sugerencias de rúbricas** para evaluar encargos de escritura.
- Guía abreviada del **sistema de citación APA**, sexta edición.
- **Reflexiones** en torno a la importancia de potenciar una cultura de la escritura en ámbitos académicos y profesionales.



# Marco teórico

## Alcances pedagógicos

El académico universitario no debería presuponer el nivel de manejo conceptual y lingüístico de una materia, puesto que quienes ingresan a la universidad no los han estudiado en su etapa escolar.

La escritura no es algo acabado, que se adquiere en la escolarización temprana y que en su desarrollo solo incrementa el léxico y la extensión de los escritos. Al contrario, el desafío de la redacción es un proceso continuo y de permanente mejora.

La responsabilidad en el proceso de enseñanza y aprendizaje de las voces, registros y convenciones propias de una comunidad académica o científica es, en primer término, del docente que requiere la escritura en su asignatura. Los docentes debemos establecer de manera precisa los criterios redaccionales para las tareas de escritura encomendadas. De este modo, los alumnos sabrán con claridad qué tienen que escribir y cuál es el propósito de escritura al redactar un texto en cierta asignatura o evaluación.

El profesor que solicita trabajos o evaluaciones escritas debe enseñar a escribir según ciertas normativas propias de la disciplina. Para el caso de la Ingeniería Comercial, dicha normativa será la estipulada por la American Psychological Association (APA).

Las unidades académicas respectivas también pueden impactar, con diversas acciones, en el nivel escritural de los alumnos, como centros de escritura, cursos intensivos, concursos de escritura, entre otras.

## Alcances teóricos

El presente manual se alinea con los principios, investigaciones y trabajos formulados a partir de la noción de *alfabetización o literacidad académica*.

La **alfabetización académica** es el proceso de lectura y escritura en las distintas áreas del saber; es decir, es «el problema de la comprensión y de la producción de textos científicos y académicos por parte de estudiantes universitarios» (Guerrero, 2010, p. 275).

De manera más amplia, se puede entender como el

proceso de enseñanza que puede (o no) ponerse en marcha para favorecer el acceso de los estudiantes a las diferentes culturas escritas de las disciplinas. Es el intento denodado [...] para que los universitarios aprendan a exponer, argumentar, resumir, buscar información, jerarquizarla, ponerla en relación, valorar razonamientos, debatir, etcétera, según los modos típicos de hacerlo en cada materia. Conlleva dos objetivos que, si bien relacionados, conviene distinguir: enseñar a participar en los géneros propios de un campo del saber y enseñar las prácticas de estudio adecuadas para aprender en él. En el primer caso, se trata de formar para escribir y leer como lo hacen los especialistas; en el segundo, de enseñar a leer y a escribir para apropiarse del conocimiento producido por ellos (Carlino, 2013, p. 370).

La alfabetización académica permite construir un **discurso académico**, entendido como «aquellos géneros discursivos, tanto orales como escritos, que posibilitan la construcción de significados en contextos de comunicación especializada entre estudiantes y profesores» (Parodi, 2015, p. 158).

Al mismo tiempo, creemos que si bien el discurso académico otorga especificidad a las disciplinas, no puede minar la individualidad de cada escritor manifestada en el estilo, es decir, la manera propia en que el enunciante se manifiesta en una situación comunicativa.

Por lo mismo, optamos por trabajar con géneros discursivos escritos (y no con ejercicios de nivelación en la composición



escrita) como una manera de respetar esa individualidad comunicativa que se inserta o incorpora dentro de una comunidad académica.

## Ingeniería Comercial

La competencia de comunicación se presenta en once asignaturas: Administración, Contabilidad Básica, Comunicación Oral, Comunicación Escrita, Tecnologías de la Información I, Lectura Crítica, Pensamiento Crítico, Toma de Decisión y Habilidades Gerenciales, Gestión de Personas II, Marketing III y Seminario de Creación de Negocios. Siete de estas once asignaturas se concentran en primer año.

Hay intervalos de uno o dos semestres en el trabajo de competencia de comunicación, hasta reaparecer en último semestre en el Seminario de Creación de Negocios, asignatura que permite la habilitación profesional. En ella se tendrá que llevar adelante un proceso escritural de mediano aliento: el informe de creación de negocios.

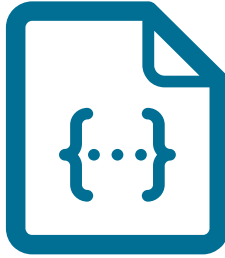
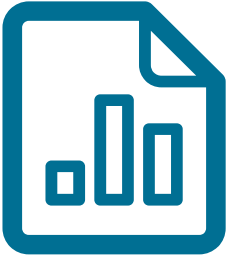
El universo de la escritura en Ingeniería Comercial, al igual que en cualquier disciplina, va mucho más allá de la declaración de competencias en los programas. Es una herramienta permanente en la vida universitaria y su práctica puede fomentarse en todos los espacios curriculares y extracurriculares, sobre todo en la sala de clases, por el impacto en los desempeños futuros que genera su desarrollo como proceso cognitivo y creativo en los alumnos.

## Tres géneros disciplinares: informe comercial, ensayo y bitácora

La comparación de los géneros recurrentes en la economía distinguidos por Parodi (2015) (informe de política económica, artículo de investigación, guía de ejercicio y manual), los identificados por Aguilar (2014) (monografía, informes de investigación y documentos de difusión) y los propuestos en este manual (informe comercial, ensayo y bitácora) da cuenta de la alta dispersión discursiva que encontramos en el área de la economía y negocios.

De la misma forma, el levantamiento de información en la Facultad de Economía y Negocios arrojó una gran diversidad en los géneros solicitados a nuestros alumnos. Los más recurrentes fueron solucionarios de cuestionarios temáticos, cuestionario de documentación mercantil (Contabilidad), informe de práctica, informe de creación de negocios (Seminario), informe de lectura, ensayo (Comunicación Escrita) y bitácora, entre otros.

Los casos de ejemplos de informe y bitácora incluidos en este manual se basan en trabajos entregados por estudiantes de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo.



Para profundizar acerca de la escritura en economía y los géneros propios de esta disciplina, puede consultar:

Aguilar, Renato (2014). *El arte de escribir en economía y ciencias sociales, un manual de estilo*. Disponible en <http://decon.edu.uy/arteescribir/artett.pdf>.

Bondi, Marina (1999). *English Across Genres: Language Variation in the Discourse of Economics*. Modena: Il Fiorino.

Carlino, Paula (2015). «Leer y escribir para aprender y participar en todas las asignaturas». Primer Encuentro Internacional de Lectura y Escritura en las Disciplinas de la Educación Secundaria y Superior. CEAC, DIUC y Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Cuenca, Cuenca. Disponible en <https://www.aacademica.org/paula.carlino/234.pdf>.

Parodi, G. y G. Burdiles (editores) (2015). *Leer y escribir en contextos académicos y profesionales*. Santiago: Ariel. Disponible en [http://www.giovanniparodi.cl/giovanniparodi/site/artic/20150930/asocfile/20150930091236/parodi\\_\\_burdiles\\_\\_12\\_de\\_mayo\\_2015\\_\\_final.pdf](http://www.giovanniparodi.cl/giovanniparodi/site/artic/20150930/asocfile/20150930091236/parodi__burdiles__12_de_mayo_2015__final.pdf).



# El informe comercial

Tipo de texto que expone el estado de un negocio o institución para levantar información y poder tomar decisiones. El autor del informe deberá manifestar el propósito de su trabajo como resultado final del mismo.

Si bien hay variadas estructuras para este tipo de género, muchas escuelas de Negocios en el mundo tienden a repetir las secciones que se describen a continuación. Esta fue extraída de la University of New South Wales Business School y de la Victoria University of Wellington Business School.

# Portada

Incluye título del informe, nombre del estudiante, curso, nombre del docente y fecha.



Logo UDD

## Seminario de Creación de Negocios

INFORME

### El Joyero

**Profesor:** Rómulo Reis

**Ayudante:** Esteban Mercado

**Fecha:** 14 de noviembre de 2018

**Integrantes:**  
Natalia Merani  
Tomás Achurra  
Sebastián Morales  
Ignacio Cortés

## Carta de presentación

Dirigida a la persona que solicitó el informe. Se indican los problemas abordados, el alcance y los términos de referencia. Además, se identifica al escritor y sus colaboradores.



Profesor Rómulo Reis  
Ingeniería Comercial  
Universidad del Desarrollo:

Mediante la presente, le comunicamos el resultado del curso Seminario Creación de Negocios, a través de un informe que detalla el modelo de negocios y analiza el planteamiento del proyecto y su planificación estratégica.

Junto con esto, presentamos los objetivos y logros de la propuesta creada para poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el estudio de la carrera.

Atentamente,  
Equipo El Joyero

Somos un grupo de estudiantes de la Universidad del Desarrollo reunido gracias al curso Seminario Creación de Negocios, y buscamos solucionar dos problemáticas.

Por una parte, ¿les ha pasado que desean comprar algo por redes sociales como Instagram y se encuentran con muchos perfiles, algunos obsoletos y ningún filtro? Y, cuando encuentran lo que quieren, ¿sienten inseguridad si les piden una tarjeta como forma de pago? ¿Sienten flojera por tener que ir a retirar y pagar el producto? Por otra parte, tenemos a los emprendedores chilenos, en este caso de joyas y accesorios artesanales, quienes pierden tiempo en promocionar, vender y entregar los productos que fabrican. El Joyero llegó para ofrecer una solución a estos problemas.

A lo largo de este informe se busca que el lector entienda cómo funcionará la aplicación El Joyero y qué beneficios traerá tanto para nuestras futuras clientas que compran en línea, como para los emprendedores de joyas artesanales y accesorios.

Este informe consta de cinco partes. En primer lugar, se presenta a cada uno de los integrantes. Luego se desarrolla la idea de negocio, en la que se utilizan diferentes herramientas para analizar el entorno macro y micro. En tercer lugar, se introduce el plan de marketing del proyecto, que explica de qué manera se elaboró la investigación de mercado, para luego definir el marketing mix y estimar la demanda potencial.

En cuarto lugar, se habla del área de operaciones y recursos humanos. También se detalla la cadena de valor y la estructura organizacional de El Joyero y se detallan las distintas funciones de recursos humanos.

Por último, se aborda el plan de finanzas, en el que a través de los flujos de caja del proyecto y su determinada interpretación, se determina la factibilidad financiera del proyecto. Los resultados arrojan que el proyecto será rentable con un VAN positivo de CL\$ 35.039.000 a una tasa de descuento del 20% y, una TIR mayor a la tasa de descuento exigida, de 36,11%.



## Resumen ejecutivo

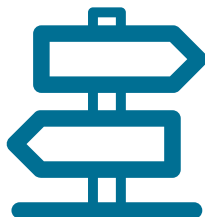
Se sintetiza en no más de una página el propósito del informe, los hallazgos, las conclusiones y las recomendaciones.



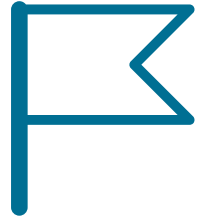
# Tabla de contenido

Lista de títulos y subtítulos de las secciones del informe con su respectivo número de página.

Carta de presentación	2
Resumen ejecutivo	3
Desarrollo de la idea de negocio	4
Necesidad que se pretende satisfacer	5
Modelo de negocios Canvas	7
Benchmarking	9
Modelo Delta	11
Análisis FODA	13
Conclusión	15
Anexos	19



# Introducción



Breve contextualización con el propósito y alcance del informe, un esquema y la definición de términos utilizados.

*Dedícate al foco de tu negocio: producir.  
Deja el resto en nuestras manos.*

El Joyero es una aplicación que reúne a emprendedores chilenos de joyas artesanales y accesorios, en una plataforma en la que pueden mostrar, vender y asegurar la entrega de sus productos.

## **Necesidad que se pretende satisfacer**

El problema por el que nace El Joyero, desde el punto de vista de los emprendedores, es el tiempo que pierden en la promoción, venta y distribución de sus productos. Por esto, El Joyero les ofrece un servicio de externalización de todo lo que no sea su foco: producir.

Por el lado de los clientes finales, es el tiempo que pierden en buscar el producto o regalo ideal. ¿Cuáles son las alternativas actuales?: i) centros comerciales que ofrecen productos en masa y poco originales y ii) las redes sociales que, al no enfocarse en ventas, no tienen un proceso formal de revisión de ofertas, método de pago estándar y entrega a domicilio. De esta forma, El Joyero ofrece todo en una aplicación: ofertas actualizadas y exclusivas, presencia de filtros según intereses del cliente y confianza de poder pagar de forma segura y de recibir los productos en la puerta de su casa.

# Cuerpo

Estado del arte, metodología, resultados y discusiones.



## Modelo de negocios Canvas

A continuación, se presentan los factores analizados según el modelo de Canvas. La tabla de este se encuentra en el **anexo 1**.

### SEGMENTO DE CLIENTES

El segmento de clientes para El Joyero se divide en dos. Por un lado, están los emprendedores chilenos de joyas artesanales que quieran externalizar sus operaciones, aumentar sus ventas y ser parte de una comunidad.

Por otro lado, están los clientes que compran en la aplicación. Se trata de hombres y mujeres interesados en comprar joyas artesanales y accesorios, principalmente de los segmentos ABC1 y C2, que tengan smartphones y medio de pago en línea.

Nuestro público objetivo está ubicado principalmente en la Región Metropolitana de Chile. Sin embargo, al ser una plataforma en línea también se hacen envíos a otras regiones.

### PROPUESTA DE VALOR

A los emprendedores de joyas y accesorios artesanales se les ofrece externalizar cualquier proceso que se desvíe del foco principal del negocio (producir), con el fin de que aumenten sus ventas. Así, se desligarán de la promoción, venta y distribución de sus productos: «Deja que El Joyero se haga cargo de tus desafíos operacionales. Así, preocúpate solo de crecer».

Por el lado de los clientes finales, se les ofrece una aplicación que reúne ofertas actualizadas de joyas y accesorios, exclusivas y de calidad. Además, pueden utilizar filtros según sus preferencias, pagar en la aplicación y recibir los productos en la puerta de su casa.

## CANAL

Los principales canales serán:

- Aplicación El Joyero. Los clientes verán muchas ofertas de joyas y accesorios de diferentes emprendedores en una misma aplicación en la que podrán pagar e indicar su domicilio para el envío.
- Bazar El Joyero. Lo instalaremos en el Parque Bicentenario todos los 14 y 15 de diciembre en época de Navidad, con el fin de vender regalos para aquellas personas que quieren estar a la moda.
- Rappi. Será el canal de distribución de los productos en la Región Metropolitana.
- Chilexpress. Será el canal de distribución de los productos en el resto de Chile.

## RELACIÓN CON EL CLIENTE

Los clientes pueden dejar sus testimonios y tips en la plataforma. Uno de los objetivos de la aplicación es crear comunidad, al dar un espacio para que los usuarios encuentren el apoyo necesario y puedan sentirse más seguros y escuchados.

Con esta información podremos hacer mejoras continuas en la app para que sea exitosa y los clientes estén satisfechos y a gusto con El Joyero.

Por parte de los emprendedores, habrá un product manager encargado de reunirse con ellos periódicamente, que actuará de intermediario y estará disponible ante cualquier duda del emprendedor.

## FUENTES DE INGRESO

Para obtener ingresos se cobrará a los emprendedores el 10% de las ventas hechas tanto en la aplicación como en el Bazar El Joyero desarrollado, más un opcional variable por publicidad y que sus ofertas estén entre las primeras cuando los clientes ingresen a la aplicación.

Por otro lado, el cliente final que compra en la aplicación es indispensable para que funcione el negocio, pero la ganancia proveniente de ellos es indirecta. Es decir, mientras más clientes

haya y más ventas se generen, mayor será el incentivo para los emprendedores por estar en la aplicación El Joyero.

#### RECURSOS CLAVE

Todo el equipo de trabajo cumple un rol fundamental para el buen funcionamiento de la aplicación. También los usuarios, quienes deben poseer un smartphone con internet móvil y espacio de almacenamiento suficiente para la aplicación.

Otro recurso clave para el buen funcionamiento de la aplicación sería una oficina en Ciudad Empresarial que tenga el equipamiento necesario, como computadores e impresoras para el óptimo trabajo.

#### ACTIVIDADES CLAVE

Se debe hacer un mix de marketing efectivo, centrándose en la promoción y venta, para que se pueda llegar a la cantidad estimada de usuarios y alcanzar la tasa de retención más alta posible. También se considera importante la entrega, la cual se externalizará.

Lo principal es crear comunidad, desarrollar la aplicación tomando en cuenta a los emprendedores, *influencers* y clientes. Junto con esto, la celebración de los bazares es fundamental para tener un mayor alcance y fomentar las relaciones públicas.

#### SOCIOS CLAVE

Nuestros socios clave serán empresas de reparto como Rappi y Chilexpress. Por otro lado, están los emprendedores, quienes —aunque son nuestros clientes— pasan a ser socios al mismo tiempo por compartir un cliente en común. Trabajando juntos llegaremos a más personas.

#### ESTRUCTURA DE COSTOS

Los costos más relevantes serán la creación y la difusión de la aplicación (marketing), la investigación y el desarrollo de software, el mobiliario (computadores e impresoras) junto con las actualizaciones y mejoras necesarias.

## Benchmarking

La mejor práctica de la industria relacionada a nuestra idea de negocio es Instagram. En esta aplicación diferentes emprendedores crean su perfil y suben fotos de sus productos. Sin embargo, hay puntos que muestran deficiencia y que buscamos corregir en nuestra aplicación. Estos son:

- *Perfiles obsoletos.* Hay muchos emprendimientos de corta duración y, sin embargo, quedan los perfiles abiertos, lo que dificulta la búsqueda de los posibles clientes.
- *Actualización de productos.* A diferencia de Instagram, en nuestra aplicación se actualizarán diariamente los productos disponibles para la venta y los productos sin stock con posible reposición para listas de espera.
- *Dispersión.* Buscamos facilitar la búsqueda y entrega a nuestras clientas, que encuentren toda gama de productos de emprendedores chilenos en nuestra aplicación y que, luego de la compra, los reciban en la puerta de su casa.
- *Ventas falsas.* Nuestros emprendedores son seleccionados previamente para no caer en las ventas falsas, como las que ocurren en Instagram.

Otras medidas que esperamos implementar son el uso de filtros, ser un agente intermediario entre comprador y vendedor y crear una alianza con Uber o Rappi.

Otra práctica de negocio parecida es la de Amazon, aunque nuestra aplicación es más personalizada, ya que está enfocada en nuestras clientas meta.

## Modelo Delta

El modelo Delta fue creado para fortalecer el vínculo que se tiene con el cliente. Esto se puede lograr entregando diversos productos y servicios, ofreciendo una propuesta de valor única y superior a lo que generalmente se otorga. En el modelo Delta hay tres estrategias a seguir (**figura 1**).



El Joyero se ubica principalmente en una «solución integral al cliente», ya que ofrece lo denominado «todo en uno» a su público objetivo. Hace un filtro inicial de emprendedores confiables, reúne productos de muchos emprendedores en una misma aplicación y ofrece una forma de pago en línea y reparto a domicilio. Por el lado de los emprendedores ocurre lo mismo: les ofrece encargarse de todas las operaciones para que ellos se enfoquen en producir.



Figura 1. Modelo Delta

## **Análisis FODA**

Antes de entrar al mercado es necesario analizar el entorno de manera interna y externa, para determinar si es favorable para El Joyero. Por esta razón se hará un análisis FODA. En primer lugar, se encuentran los factores controlables de la empresa, los cuales son las fortalezas y debilidades; luego, se procederá con el análisis de los factores externos, compuestos por las oportunidades y amenazas.

### **FORTALEZAS**

- Mayor manejo de la cadena de valor: no es solo un nuevo canal de ventas, sino un nuevo canal de comunicación entre el proveedor en línea y el cliente.
- La experiencia de usuario de la aplicación estará adaptada a cada uno de los sistemas operativos con una interfaz sencilla e intuitiva.
- Consta con sistema de pago propio.
- Reparto a domicilio (futura asociación con Rappi).
- Puntuación para los clientes y proveedores.
- Amplia cobertura para poder desarrollar el proyecto.

### **DEBILIDADES**

- Para tener lista la aplicación con todas las funcionalidades se tarda, al menos, seis meses.
- Bajo conocimiento de la industria y de la creación de aplicaciones.
- Sin información histórica sobre la plataforma o comportamiento de los consumidores en este ámbito.

#### OPORTUNIDADES

- Publicidad dentro de la aplicación.
- Mercado emergente, en crecimiento: en Chile está cambiando la cultura de ir a centros comerciales, ya que se están usando los distintos medios nuevos en línea para hacer sus compras.
- Número creciente de emprendedores en Chile.

#### AMENAZAS

- Que los proveedores no quieran actualizar sus medios de ventas.
- Aplicación fácil de copiar (bajas barreras de entrada).
- Nueva ley para fiscalización de empresas tecnológicas.

## Recomendaciones

Se ofrecen las soluciones o los campos de acción a partir de la interpretación que el autor elabora.



## Conclusión

Evaluación de los hallazgos con recomendaciones iniciales. A veces se pueden determinar las limitaciones que presenta el informe.



Ahora que se ha estudiado la propuesta en todos sus aspectos, con todos los indicadores y proyecciones financieras, se puede concluir que El Joyero es un proyecto atractivo y rentable tanto para los socios como para los inversionistas. Los flujos totales y los indicadores analizados en el presente informe son siempre favorables. Con una tasa del 20% de descuento, el valor presente de este proyecto a cinco años da un resultado positivo para los diferentes escenarios en la sensibilización.

Cabe destacar que El Joyero no solo es un atractivo financiero, sino también uno social, lo cual se ve reflejado a través del estudio de mercado. Es por esto que no solo se necesitan inversionistas ambiciosos desde el punto de vista económico, sino también que estén comprometidos con el proyecto, apoyando el desarrollo y éxito de los emprendedores chilenos.

En conclusión, nada de lo logrado hubiese sido posible sin los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en la Universidad del Desarrollo, lo cual se logró sintetizar en la clase de Seminario Desarrollo y Creación de Nuevos Negocios, formación que fue aplicada en el proyecto El Joyero. Además, se logró agrupar los sellos de la universidad, como emprendimiento, ética y responsabilidad pública, aplicados a lo largo del desarrollo de la idea de negocio, y se identifican con el proyecto debido a la consciencia que se busca que tengan los adherentes a la idea de El Joyero.

Todo esto nos permite presentar un proyecto con un TIR del 36,11%, a un plazo de cinco años y un VAN al 20% de CL\$45.039.000. Estas cifras son totalmente favorables y contundentes, permiten un margen importante para bajar los precios en los escenarios pesimistas y respaldan un proyecto que se ha desarrollado de manera paulatina, con revisiones constantes y *feedback* positivos, tanto por parte del profesor como la ayudante.

## Apéndice y anexos



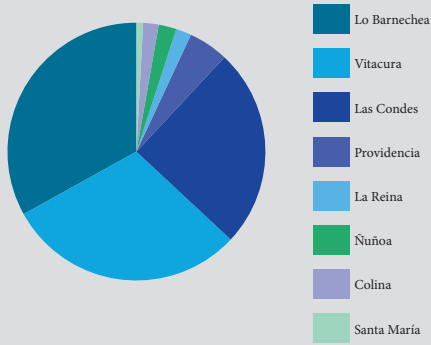
Algunas herramientas detalladas que aportan a la comprensión del cuerpo. Se pueden adjuntar gráficos, tablas y encuestas, entre otros.

### Anexo: Encuesta masiva en línea

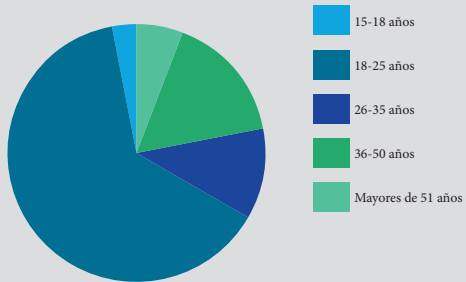
PRECIO

Rango	Número	Porcentaje
Menos de CL\$ 7.000	8	4,8%
CL\$ 7.000 a CL\$ 15.000	60	36,4%
CL\$ 15.000 a CL\$ 30.000	62	37,6%
Mas de CL\$ 30.000	35	21,2%

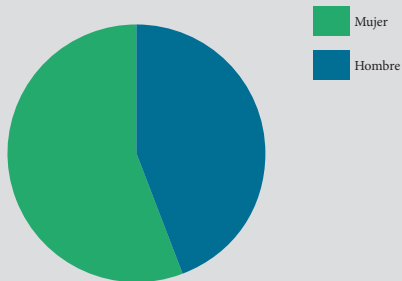
### COMUNA DE RESIDENCIA



### EDAD



### SEXO



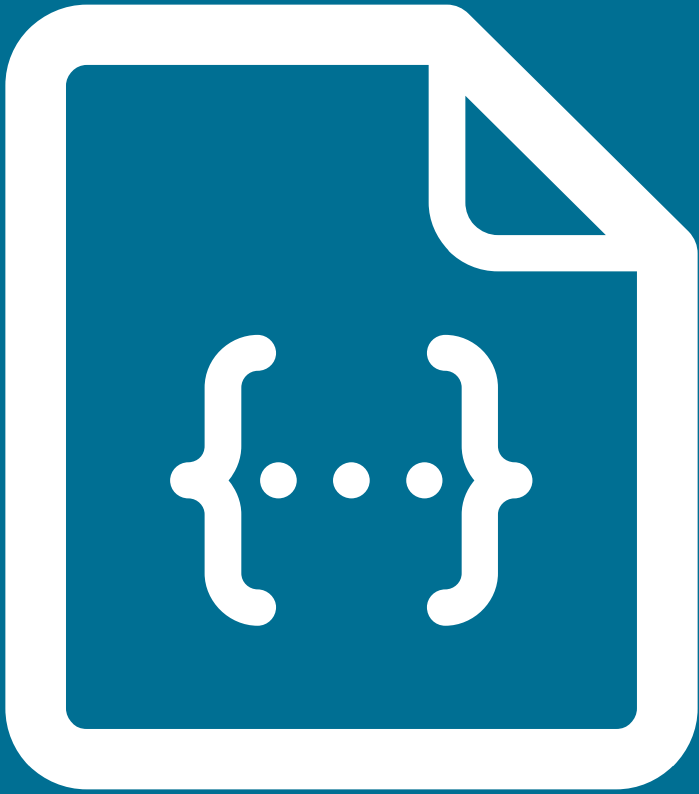


## No se olvide revisar que

- El documento cumpla con el propósito inicial y esté correctamente orientado al lector que se ha propuesto.
- En la tabla de contenidos estén todos los títulos y subtítulos.
- La información que aparece en los anexos esté bien rotulada.
- Existan referencias a otros autores, a las fuentes de investigación o que no se olviden de respaldar lógicamente la solución.
- El texto esté bien redactado, con un correcto uso del vocabulario y la ortografía.







# El ensayo

El ensayo es el texto argumentativo que invita a los estudiantes a tener una postura frente a una temática y a defenderla mediante razones que serán probadas con respaldos previamente investigados.

Para elaborarlo se debe activar:

- La investigación, recopilación y comprensión del material.
- El análisis de los argumentos y las fuentes seleccionados.
- La reflexión en torno de la postura adoptada y sus alcances.
- La producción de los propios argumentos.
- La identificación de los respaldos.
- La selección de citas.
- La proyección del tema mediante las conclusiones.
- La estructuración y redacción de manera coherente, cohesionada y sin vicios, puesto que será un texto revisado por el docente.

Recuerde dar a conocer las dimensiones con que este texto se evaluará. Ingeniería Comercial UDD trabaja con las siguientes:

**Primer nivel del dominio.** Comunicar por escrito lo que se piensa con los recursos adecuados del idioma. Debe considerar la ortografía (literal, acentual y puntual), el vocabulario utilizado (técnico, formal, preciso y variado) y la coherencia gramatical (redacción clara en favor de una comunicación libre de confusiones).

**Segundo nivel de dominio.** Identificación de una progresión temática y cohesión del texto que utilice párrafos unidos por conectores con indicadores que hacen referencia al desarrollo de ideas centrales al interior de cada párrafo y que estos, a la larga, estén conectados entre sí.

**Tercer nivel de dominio.** Estructura global del texto en la que se observa la presencia de problema, argumentos, contraargumentos y conclusiones. Dentro de los indicadores trabajados en esta dimensión está describir un problema dentro de la introducción y la presencia de argumentación y conclusiones.

**Cuarto nivel de dominio.** Calidad de la argumentación y contraargumentación, coherencia, variedad y calidad de los argumentos. Por último, se requiere que exista claridad en la presentación del problema y en las conclusiones, además de argumentos correctamente fundamentados.

Una vez que se tienen claras las dimensiones que se considerarán en la evaluación, es recomendable que el docente ofrezca información clara sobre la estructura, la función y el contenido de cada una de sus partes.



## Exordio

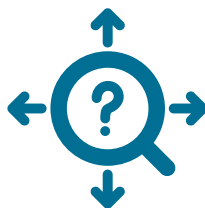
Dar a conocer el tema de una forma atractiva para llamar la atención del lector y motivar su interés para que persevere en la lectura del texto.

Ejemplos de exordios pueden ser anécdotas, citas de otros autores, epígrafes, interpelación a los receptores, preguntas retóricas o uso del humor, entre otros.

## Contexto

Clarificar en qué situación se desenvolverá la temática o acontecimiento en cuestión. En algunos casos basta con señalar el rango de años o un período histórico, pero en otros se deberá ser más descriptivo u ofrecer un conjunto de hechos que permita conocer el espacio en cuestión.

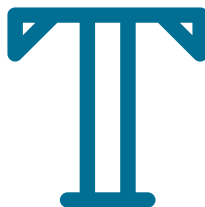
Dilucidar el carácter científico de la economía es un aspecto clave para los filósofos interesados en esta disciplina, que la consideran en cuanto tal y en sus nexos con otros saberes (tanto formales como empíricos). También es crucial para los economistas que, desde una perspectiva metodológica abarcante —la orientación más amplia—, buscan un sólido marco filosófico-metodológico para su propio quehacer. Es en este ámbito de confluencia de la filosofía de la ciencia y la economía, que es el terreno donde se dirime el estatuto epistemológico y metodológico de esta disciplina, donde se han de abordar una serie de cuestiones centrales.



## Marco general

Brindar definiciones o aclaraciones de cierta terminología que será utilizada a lo largo del ensayo. De esta manera, se reducirá la posibilidad de ambigüedades.

Entre esos asuntos especialmente relevantes cabe mencionar aquí varios. En primer lugar está la caracterización de los elementos que son constitutivos de «la ciencia», los rasgos que han de estar presentes en toda ciencia. En segundo término se encuentra la especificación de las modalidades en las que se diversifica la actividad científica, que conforman las opciones principales para el progreso de la actividad investigadora. En tercera instancia aparece la ubicación temática de la economía dentro de los grupos de ciencias hoy disponibles, esto es, el problema de delimitar su puesto actual en la articulación del saber científico acerca de lo real. Después, como corolario de los anteriores análisis, se llega a los perfiles filosóficos metodológicos más genuinos de la economía: su configuración científica interna.



## Problemática

Espacio en el que se da a conocer la complejidad del tema que será tratado, indicando las diferentes posturas que existen al respecto.

La concepción metodológica de Milton Friedman (1953) —Premio Nobel de Economía en 1976— ha sido frecuente en el uso de la predicción como test científico de la economía.

De hecho, durante muchos años, ha sido habitual la utilización del criterio del éxito predictivo como pauta epistemológica y metodológica para demarcar el carácter científico de esta disciplina. Esta posición, que ha sido enormemente influyente dentro de la concepción dominante (*mainstream economics*) de la economía —etiquetada, con frecuencia, como «neoclásica»—, no ha sido compartida por diversos galardonados con el Premio Nobel (González, 2006b), entre los que se encuentran sir John Hicks (en 1972), James Buchanan (en 1986) y Herbert Simon (en 1978).





## Tesis

Postura declarada frente al tema del ensayo. Debe ser breve y compleja, pues se deberá defender argumentativamente desde más de una dimensión (económica, social, legislativa, etcétera). Nunca será presentada como una interrogación, sino que se tratará de la respuesta de esa pregunta.

La concepción metodológica de Milton Friedman (1953) —Premio Nobel de Economía en 1976— ha sido frecuente en el uso de la predicción como test científico de la economía.

De hecho, durante muchos años, ha sido habitual la utilización del criterio del éxito predictivo como pauta epistemológica y metodológica para demarcar el carácter científico de esta disciplina. Esta posición, que ha sido enormemente influyente dentro de la concepción dominante (*mainstream economics*) de la economía —etiquetada, con frecuencia, como «neoclásica»—, no ha sido compartida por diversos galardonados con el Premio Nobel (González, 2006b), entre los que se encuentran sir John Hicks (en 1972), James Buchanan (en 1986) y Herbert Simon (en 1978).



## Argumentos

Entregar los argumentos o razones que apoyan la tesis declarada. Cada argumento, además, deberá tener un respaldo que será extraído de la investigación inicial que hizo cada estudiante. Los respaldos pueden ser citas directas o indirectas, un gráfico, un conjunto de datos, ejemplos, etcétera.

Tradicionalmente, la economía ha sido enmarcada dentro de las ciencias sociales. Sin duda, esto tiene su fundamento, pues la realidad económica surge en un entorno social y enlaza con necesidades humanas propias de la vida en sociedad, como son los intercambios de bienes y servicios en los ámbitos de la alimentación, vestido, vivienda, etcétera.



## Contraargumentos y refutaciones

Se exponen los argumentos contrarios a la tesis y, por medio de la refutación, se explica por qué no serían del todo efectivos, validando la proposición inicial.

Pero esta caracterización resulta manifiestamente insuficiente para reflejar todo lo que lleva a cabo la economía en la actualidad y lo que puede hacer en el futuro. Porque es una disciplina que dilata las potencialidades humanas para llegar a dominios nuevos de lo artificial. Esta ampliación se logra mediante el uso de diseños. Planteado así, parece claro que la economía es una *ciencia dual*: pertenece al campo social, pero también a la esfera de lo artificial.





## Conclusiones

A partir de cada argumento entregado, se proporciona una proyección, solución, reflexión o sugerencia para que se pueda discutir a futuro el tema. Además, se señala que la tesis ha podido ser comprobada y se invita al lector a creer en las ideas y a seguir investigando.

Visto en conjunto, el problema de la economía en cuanto ciencia, cuando es analizado desde la perspectiva de la complejidad, lleva a varias consideraciones: i) la economía posee los elementos constitutivos de una ciencia (lenguaje, estructura, conocimiento, método, actividad, fines y valores); ii) es una disciplina dual, en cuanto que se ocupa de fenómenos sociales y elabora diseños que amplían las posibilidades humanas; iii) además de su vertiente básica tiene una aplicada, que incluye ser una ciencia de diseño, de modo que resuelve problemas concretos a tenor de diseños; iv) posee complejidad en clave ontológica y epistemológica, que se manifiesta en la estructura compleja y en la dinámica compleja; v) la predicción está condicionada por la complejidad y puede ser test científico, al menos en cuanto condición suficiente; vi) en la polémica metodológica con la comprensión (*understanding*), parece claro que la predicción (*prediction*) tiene un cometido más relevante, debido a su nexa con la búsqueda de la verdad frente a la primacía de la persuasión; vii) Tanto para la economía, en general, como para la predicción económica, en particular, los modelos matemáticos son mediadores que se adaptan a los fines de investigación. Esto da un nuevo marco teórico para el contraste con otras disciplinas científicas, que es menos rígido que los enfoques tradicionales.

→ Todos los ejemplos del género ensayo han sido tomados del artículo «La economía en cuanto a ciencia: Enfoque desde la complejidad» de Wenceslao González. Puede consultar el texto íntegro en <https://www.redalyc.org/pdf/391/39123194011.pdf>



# La bitácora

La bitácora tiene por función llevar registro de las actividades consignadas en un trabajo, describir un proceso y elaborar conclusiones y reflexiones basadas en la observación y en hechos concretos, más que en suposiciones o creencias previas.

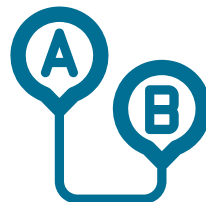
Ingeniería Comercial en la UDD utiliza este tipo de discurso fundamentalmente en la asignatura Coevaluación; sin embargo, puede extrapolarse a distintos cursos, como Emprendimiento u otras asignaturas en que sea necesario dar cuenta de un proceso y hacer consciente el aprendizaje.



Para desarrollar la bitácora los estudiantes deberán llevar una documentación a la luz de las siguientes dimensiones:

- Actividades desarrolladas y programadas.
- Detalle de problemas y oportunidades.
- Logros obtenidos.

Ejercitar la escritura a través de este género logra organizar el pensamiento y colaborar con la producción de las ideas. Por ello, es importante que los estudiantes comprendan que no se piensa igual con o sin escritura, entendiendo que cada disciplina producirá conocimiento organizado según sus géneros discursivos (Carlino, 2006). En este sentido, la bitácora será una herramienta que propiciará la reflexión individual explícita que en un futuro podría vincularse a otra instancia de la vida, comprendiendo así que lo más importante no es la experiencia vivida, sino la abstracción que se pueda generar a partir de ella.





# Ejemplo de bitácora

Logo UDD

## Seminario de Creación de Negocios

INFORME

El Joyero

**Profesor:** Rómulo Reis

**Ayudante:** Esteban Mercado

**Fecha:** 14 de noviembre de 2018

**Integrantes:**  
Natalia Merani  
Tomás Achurra  
Sebastián Morales  
Ignacio Cortés

## Contexto

- Empresa de *retail*.
- Del 5 al 26 de abril.
- Labores cumplidas.
- Participación en la empresa.

## Tarea 1

### ACTIVIDAD DESARROLLADA

Desde el 5 de abril hasta la fecha reportada me he encargado de liquidar algunos productos de la tienda, porque estaban obsoletos o por otras razones. La importancia de este trabajo radica en la organización, debido a que si no se sacan rápido de la tienda, no se podrá actualizar el mix de productos al cardex ofrecido por proveedores (principalmente extranjeros), puesto que faltará espacio para ingresar el nuevo mix dentro de la sucursal. Esto repercutirá directamente en las ventas.

Las distintas razones para sacar productos de la tienda son: el producto se encuentra incompleto, refaccionado, es exhibido o se encuentra sin su empaque original.

### PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

La oportunidad fue poder analizar por qué los clientes dejan de comprar algunos productos. Si bien no fue solicitado por la empresa, sí fue interesante hacer este ejercicio para determinar las posibles razones.

### LOGROS CONSEGUIDOS

Comprender de mejor manera el impacto que estos productos tienen en las ventas. Además, pude enlazar lo estudiado durante la carrera con esta experiencia. Por lo mismo, creo que es importante tener la posibilidad de poner en práctica lo aprendido.

## **Tarea 2**

### **ACTIVIDAD DESARROLLADA**

El siguiente trabajo lo he desarrollado a través de un administrador de tareas en línea utilizado por la empresa a nivel nacional. Este software presenta distintas labores a cumplir para los jefes de área de la sucursal y para los colaboradores. Mi responsabilidad se genera en el momento en que debo informar cuándo se da inicio a cada una de las tareas presentadas y cuándo estas han sido terminadas. Para lo anterior, debo estar pendiente y atento al momento en que se hacen los trabajos, además de comprobar si se cumplió dentro del tiempo acordado por quienes gestionan las tareas desde Santiago.

### **PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES**

No se reportan mayores problemas; sin embargo, se observa la importancia de la coordinación y la responsabilidad del trabajo.

### **LOGROS CONSEGUIDOS**

Que se me confíe esta responsabilidad y mis superiores puedan observar rasgos positivos en mi personalidad para llevar a cabo esta tarea. Creo que es importante destacar que el equipo humano de esta empresa ha sabido obtener de mí virtudes que no sabía que podía desarrollar de tan buena manera.

## Reuniones de inicio de jornada

### ACTIVIDAD DESARROLLADA

Todos los días al inicio de la jornada se reúnen los colaboradores y jefes de áreas dentro de la organización para informar sobre puntos importantes respecto de las ventas e incentivar a los colaboradores a generar un mejor vínculo y una mejor atención al cliente.

En esta reunión, el gerente de sucursal busca entregar herramientas clave para orientar a sus colaboradores a lograr un alto nivel en la atención del cliente. Además, da a conocer porcentajes de crecimiento mensual en ventas, junto con presentar planes importantes que deben manejar los vendedores para la temporada respectiva: en este caso, corresponde a la temporada de invierno. Para manejar de buena manera esta temporada, se hacen capacitaciones para mantener informados a los miembros de la organización sobre los distintos sistemas de calefacción que ofrece la empresa en este periodo y sobre cómo venderlos. De esta manera, todos podremos estar conectados con el mismo plan de ventas de la temporada, ya que en estos meses de invierno los sistemas de calefacción aportan más del 60% de ventas del área respectiva.

### PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

Un problema observado es la poca respuesta de los colaboradores respecto de esta reunión. Esto se debe a que casi todos los días son de exposición, más que de discusión colaborativa. Por lo mismo, una oportunidad interesante sería generar mayor interacción con las personas que asisten a esta instancia de trabajo.

### LOGROS CONSEGUIDOS

Al manifestar esta observación al gerente, me solicita que genere una estrategia de reunión colaborativa. Por lo tanto, mi trabajo también se enfoca en planificar diferentes métodos de interacción para sacar el mayor provecho a esta instancia de comunicación.

## Semana i UDD

### ACTIVIDAD DESARROLLADA

El día jueves de la semana pasada llegaron unos compañeros de la Universidad del Desarrollo a trabajar por la Semana i, en pos de mejorar y entender cómo funcionan las mermas de la empresa.

### PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

Mi jefa solicitó mi ayuda para recibirlos y enseñarles cuándo se merma y cuándo se liquida. Por lo tanto, les expliqué sobre los productos que se deben liquidar, según comenté. Como ejemplo, liquidé unas cámaras que llevaban mucho tiempo dentro del mix y no tenían éxito en ventas, a pesar de que se había bajado el precio.

#### Logros conseguidos

Una posible solución que elegimos para las mermas fue que se elaborara un punto de reciclaje, para así entregar la basura separada por categorías.

Además, en este periodo he logrado darme cuenta de que puedo ser de utilidad para distintos trabajos dentro de la organización y que un día perdido o de inasistencia trae consecuencias críticas, debido a que me despisto de las tareas que debo poner en curso y finalizar. A la vez, me he dado cuenta de que lo primordial para la empresa es atender de la mejor manera a sus clientes, para así aumentar las ventas y mantener el stock actualizado.



# ¿Cómo encargar tareas de redacción?

Recuerde que resulta fundamental que las instrucciones sean claras no solo desde lo que el docente pueda decir de forma oral, sino también desde la redacción o incluso el modelo esperado.

El Manoa Writing Program de la Universidad de Hawaii propone el «Diseño de tareas de escritura»:

- Indicar de qué manera el trabajo solicitado ayudará a los estudiantes a aprender de mejor forma la materia.
- Mostrar cómo el profesor haría el trabajo, en el caso de que a él lo estuvieran evaluando.
- Señalar de qué forma el trabajo que se está solicitando está relacionado con el mundo laboral que en un futuro el profesional deberá desempeñar.
- Anticipar los criterios y énfasis de evaluación.

También puede sumar las siguientes tareas de escritura, propuestas por el Harvard Writing Center (Harvey, 2009):

- Especificar cuál es el propósito del texto y qué se espera obtener de este y de los estudiantes que lo redactan.
- Declarar quién debería ser el receptor de ese texto (independiente del docente o del corrector), para orientar correctamente el objetivo que persigue.
- Señalar en qué se debe poner el énfasis: ¿en la investigación?, ¿en los respaldos?, ¿en el marco teórico?, ¿en las conclusiones? Así tendrán una guía para planificar el ejercicio.
- Precisar los conceptos a los que el ejercicio debería orientarse, pues muchas veces existe ambigüedad o diversos alcances en los términos investigados.
- Indicar si es posible usar la bibliografía declarada en el programa, o bien, si debe ofrecer nuevas fuentes de citación. También señale qué formato de citas pedirá.
- No olvide ofrecer al estudiante, por escrito, la estructura del texto que ha solicitado para que sepa a qué atenerse. Junto con esto, es importante que puedan tener acceso a un ejemplo del ejercicio solicitado o un texto modelo. De esta manera el estudiante podrá conocer el nivel de las expectativas del docente.
- Solicitar el nivel de vocabulario, no solo en el contexto culto formal, sino en la variedad y precisión del léxico que utilizará.
- Expresar en clases y a través de la plataforma informática los aspectos formales de la entrega: fecha, forma, horario, elección y tamaño de tipografía, interlineado y portada, entre otros.



# Ejemplo de encargo de tarea de redacción

## Encabezado del trabajo:

Se incorpora en la esquina superior izquierda con la siguiente información en orden descendente:

Logo de la facultad

Nombre de la asignatura

Nombre del alumno

Fecha

Sección

Letra: Times New Roman

Tamaño: 12

Interlineado: espaciado mínimo

## Cuerpo del trabajo:

Tipo de letra: Times New Roman

Tamaño: 12

Interlineado: 1,5

Márgenes: justificados

Título: ennegrecido y centrado

Sistema de citación: normativa APA

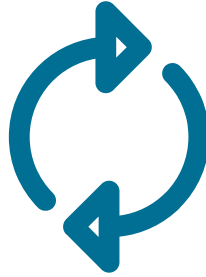


## Seguimiento, monitoreo y retroalimentación

Se hace necesario generar instancias para que los profesores puedan guiar el proceso de escritura y así pulir, refinar y desarrollar las ideas que presentan los estudiantes. Recuerde que el mayor aprendizaje en pregrado se da a través de la práctica (Torres Perdigón, 2017).

Algunas etapas a observar en la ejercitación:

- El profesor o ayudante revisa cada estado de avance y entrega retroalimentación escrita.
- El profesor o ayudante revisa el avance del texto y entrega retroalimentación de manera individual y presencial.
- En la sala de clases, los estudiantes comparten sus escritos con un compañero, quien es el encargado de hacer comentarios para generar una propuesta de mejora del ejercicio entre pares.
- Se pueden subir las redacciones a la plataforma informática de la universidad (Canvas, en el caso de la UDD) y organizar una corrección entre pares de manera anónima y aprovechando el tiempo fuera de la sala de clases. En esta instancia, se podría dar una calificación o puntuación al estudiante en calidad del corrector, por supuesto, declarando de antemano una rúbrica o los criterios de evaluación.



En cuanto a la retroalimentación, el Manoa Writing Center indica que en muchas ocasiones el alumno no sabe qué se espera de él, no entiende el significado de las observaciones o no sabe qué camino tomar para llegar a hacer efectiva la sugerencia del docente. Así, es bueno considerar algunos consejos que el Harvard Writing Center (2007) entrega:

- Dedicar comentarios más extensos al contenido que a la forma, para así demostrar que las ideas de fondo, más que cómo están escritas, son lo relevante para su asignatura.
- Establecer categorías o dimensiones de corrección, dadas anteriormente en una rúbrica o pauta. De esta manera, podrá retroalimentar a los estudiantes de manera justa y ordenada.
- Reconocer el buen trabajo escribiendo algún estímulo que motive al estudiante a seguir.
- Escribir los comentarios con oraciones completas y no solamente con signos, subrayados o palabras encerradas. Asimismo, siempre usar un tono respetuoso y empático.
- Mostrar la idea principal del trabajo escrito entregado por el estudiante, para que advierta si su objetivo se está cumpliendo.
- Redactar, en pocos conceptos, las fortalezas y debilidades del texto.



## **Etapas de redacción de un texto**

Recuerde que cualquier ejercicio escrito debería tener más de una entrega, así el profesor puede revisar estados de avance obligatorios que, a la larga, construyen una sola calificación del ejercicio y mejoran la calidad del mismo.

La escritura es un proceso en el que el estudiante tiene la oportunidad de reescribir el texto en distintas instancias, permitiendo no solo aprender a editar los errores de forma (ortografía, vocabulario, coherencia y cohesión), sino que le enseñará a enriquecer, entrenar y estructurar su pensamiento de manera que acreciente su potencial intelectual.

La evaluación se aprovecha como una instancia de enseñanza que debe retroalimentarse para promover momentos de reescritura de un texto, guiados por un profesor que los apoyará a elaborar y repensar lo sabido y no solo repetir lo que ha estudiado (Carlino, 2015).

Se sugiere:

- Solicitar a los estudiantes que pasen por las etapas de escritura y reescritura.
- Trabajar el texto solicitado por partes. Por ejemplo, si se trata de un ensayo, primero se trabajará la tesis y el cuerpo argumentativo (escritura y reescritura), para luego redactar las conclusiones y, finalmente, componer la introducción y referencias bibliográficas.
- Solicitar un esquema o planificación discursiva del ejercicio, que más tarde irá creciendo conforme el estudiante incorpore más información.

En este proceso buscamos siempre que el educando comprenda lo que el profesor espera de él y oriente su ejercicio a los objetivos de aprendizaje, además de advertir las virtudes y debilidades del alumnado frente a la escritura. También se busca evidenciar el aprendizaje personal de sus alumnos, para que perciban que ha contribuido a madurar las ideas individuales con un espíritu académico y colaborativo.





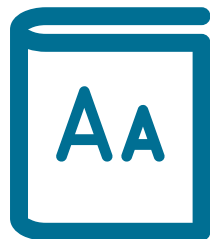
## Respaldos y fuentes

La escritura académica se entiende como una actividad dialógica (Carlino, 2008), no solo por la interacción entre autor y lector, sino sobre todo porque se vuelve intertextual al discutir con textos de otros investigadores.

Por lo anterior, el docente deberá dar pautas para guiar el proceso de investigación que acompaña la redacción de cualquier tipo de texto. Veamos las recomendaciones de Head (2013) en esta materia:

- **Biblioteca universitaria.** Recomendamos tomarse un tiempo en la sala de clases con el fin de mostrarles cómo encontrar títulos y acotar criterios de búsqueda. En la UDD existe la posibilidad de solicitar la ayuda de un especialista de biblioteca para que pueda hacer una inducción a los estudiantes.
- **Incorporar el proceso de investigación en otras disciplinas,** para que el estudiante comprenda que no se trata solo de un tipo de conocimiento exclusivo de determinada asignatura, sino que debe documentarse debidamente en cada asignatura que curse.

- **Asumir las diferencias en categorías de búsqueda e investigar, discriminar e incorporar fuentes confiables en materias académicas.** Muchos estudiantes desconocen por completo la existencia de Google Scholar y tampoco manejan la investigación a través de los catálogos ofrecidos en sus sistemas de bibliotecas. En el caso de la UDD, en <https://biblioteca.udd.cl/> encontrará el enlace “búsqueda de recursos” con acceso a bases de datos y revistas especializadas que permiten profundizar la investigación de los trabajos.
- **«Si no está en internet, no existe».** Se debe reforzar el mensaje de que hacer cualquier tipo de búsqueda de información requerirá tiempo, esfuerzo y creatividad y que, aunque resulte paradójico, la información no siempre estará a la mano en línea.
- **Motivar a buscar información en inglés u otros idiomas,** lo que da la posibilidad de abrir enormemente el campo de conocimiento al que puede acceder (Egaña, Bidegain y Zuberogitia, 2013).
- **Fomentar la planificación de la investigación,** para enseñar que se debe hacer una especie de mapa u organización para comenzar con búsquedas más completas y relevantes.
- **Declarar qué fuentes de citación no son adecuadas para el contexto universitario** porque, de lo contrario, muchos usarán Wikipedia o algún blog no asociado a una institución oficial.
- **Recomendar artículos o autores,** puesto que es el docente de cada asignatura quien mejor conoce sobre su tema. Por ello, se sugiere dar a los alumnos algunos títulos para que tengan un punto de partida o un buen referente para iniciar el sondeo en determinadas áreas.



Una buena guía para los alumnos es explicarles que las fuentes de internet finalizadas en .org, .gov y .edu suelen ser confiables, por lo que pueden usarlas como referencias válidas.





# Sistema de citación: Normativa APA

Un sistema de citación sirve para evitar el plagio y homologar características de los trabajos a publicar en cierta área del conocimiento; en este caso, de la Ingeniería Comercial.

Es importante distinguir tres elementos:

# Citas

Introducción de una voz ajena al propio discurso. Dicha introducción puede ser directa (se cita textualmente otra voz) o indirecta (se parafrasea la voz citada). Al mismo tiempo, las citas pueden ser breves (menos de cuarenta palabras) o extensas (más de cuarenta palabras).

**Cita breve directa:** Se escriben en el texto mismo con comillas. Debe incluir apellido del autor, año de publicación y página (o párrafo). Tanto el apellido como el año pueden ir antes o después de la cita.

Simon indica también que «la ciencia básica está orientada (aimed) a conocer (knowing) y comprender (understanding)» (Simon, 2001, p. 32; 2007, p. 71).

**Cita extensa directa:** Se escriben en párrafo aparte sin comillas. El autor y año pueden indicarse antes o después de la cita.

Sobre las metas de la ciencia aplicada, Simon (2001, p. 32; 2007, p. 71) señala diferencias con el caso anterior, en cuanto que el campo aplicado se apoya en las inferencias y las predicciones: las leyes que conectan conjuntos de variables permiten inferencias o predicciones, que han de ser realizadas a partir de los valores conocidos de algunas de las variables. Las inferencias y las predicciones pueden ser usadas, a su vez, para inventar (*invent*) y diseñar artefactos (por ejemplo, arcos) que lleven a cabo (*perform*) las funciones deseadas (soportar el peso y otras tensiones que se den en ellos), o anticipar y adaptarlos para eventos futuros sobre la base del conocimiento acerca del presente y el pasado. En los momentos en los que han de llevarse a cabo las predicciones, los nuevos datos pueden ser utilizados, desde luego, para contrastar si las leyes continúan manteniéndose.

**Cita breve indirecta:** No requiere comillas.

[L]a Ética de la Ciencia examina los factores endógenos y exógenos de la actividad científica susceptibles de este tipo de valoración (González, 2001, p. 16).

**Cita extensa indirecta:** No requiere comillas y se sugiere indicar el número de página.

Para Simon, i) la Ciencia Básica ha de describir la realidad, tanto para especificar los hechos ('la Tierra gira alrededor del Sol cada 365 días y cuarto') como para las generalizaciones que describen series de fenómenos (como la tercera ley de Kepler); y ii) ha de proporcionar explicaciones (to provide explanations) de esos fenómenos (p. 71).



- Alvaredo, F. y Londoño-Vélez, J. (2013). *High Incomes and Personal Taxation in a Developing Economy: Colombia 1993-2010*. Commitment to Equity.
- Arcarons, J., Raventos P., D. y Torrens M., L. (2014). Feasibility of Financing a Basic Income. *Basic Income Studies*, 9(1/2), 79-93.
- Blundell, R., Duncan, A., McCrae, J. y Meghir, C. (2000). The Labour Market Im-pact of the Working Families' Tax Credit. *Fiscal Studies*, 21(1), 75-104.
- Browne, J. y Immervoll, H. (2017). Mechanics of Replacing Benefit Systems with a Basic Income: Comparative Results From A Microsimulation Approach. *The Journal of Economic Inequality*, 15(4), 325-344.
- Congressional Budget Office (CBO). (2016). An Introduction to the Congressional Budget Office. Recuperado de <https://www.cbo.gov/sites/default/files/cbofiles/attachments/2016-IntroToCBO.pdf>
- Collado, D. (2018). Financial Work Incentives and the Long Term Unemployed: The Case Of Belgium. Belspo. Recuperado de [http://www.belspo.be/belspo/brain-be/projects/FinalReports/ipswich\\_wp3.pdf](http://www.belspo.be/belspo/brain-be/projects/FinalReports/ipswich_wp3.pdf)
- Fuenmayor, A. y Granell, R. (2017). Implantación de un impuesto negativo sobre la renta. Microsimulación de su coste neto y efectos sobre la pobreza y la desigualdad. Papeles de trabajo del Instituto de Estudios Fiscales. Serie economía, 2017(1), 7-44.
- Suits, D. B. (1977). Measurement of Tax Progressivity. *The American Economic Review*, 67(4), 747-752.
- Van Parijs, P. (2005). Basic Income: A Simple and Powerful Idea for the Twenty-First Century. *Politics & Society*, 32(1), 7-39



## Referencias

Citas usadas para el propio escrito o texto presentado.

# Bibliografía

Todos los documentos consultados para elaborar un trabajo, aunque no hayan sido citados. Para la bibliografía, recuerde:

- Se incorpora al final del trabajo en página aparte.
- Los autores se presentan en orden alfabético.
- Obras distintas de un mismo autor se ordenan cronológicamente.
- Cuando hay más de cuatro autores se incluye el apellido del primer autor seguido de y otros.

## Libro con autor

Dornbusch, R. (1993). *La macroeconomía de una economía abierta*. Barcelona: Antoni Bosch.

## Libro con autor y edición

Brodsky, R. (2008). *Bosque quemado*. (1.ª ed.). Buenos Aires, Argentina: Mondadori.

## Libro con más de un autor

Bourguignon, F. y otros (2008). *The Impact of macroeconomic policies on poverty and income distribution*. Washington, DC: Macmillan.

## Libro sin autor ni editor

Diccionario de la lengua española (DRAE). (22.ª ed.). (2001). Madrid, España: Espasa Calpe.



### Libro con autor corporativo

Estatuto Tributario Nacional. Edición 22. (s.f.). Bogotá: LEGIS.

### Capítulo de un libro

White, H. (1973). *Burckhardt: el realismo histórico como sátira*. En: *Metahistoria, la imaginación histórica de la Europa del siglo XIX* (1.ª ed. en español). (pp. 223-256). Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica.

### Artículo impreso de revista o periódico

Manrique, G. (14 de noviembre de 2010). Cómo reducir la ansiedad. *El Mercurio*, pp. D14-15.

### Artículo digital de revista o periódico

Medina, M. A. (28 de noviembre de 2011). Tahrir, la madre de todas las plazas. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/internacional/2011/11/23/actualidad/1322041782\\_555751.html](https://elpais.com/internacional/2011/11/23/actualidad/1322041782_555751.html)

### Artículo impreso de revista académica

Blanco, G. (1996). ¿Cómo hablamos mal los chilenos? *Revista Universitaria*, núm. 54, pp.30-33.





# La importancia del uso de rúbricas para evaluar la escritura

La rúbrica parece ser el elemento más adecuado para evaluar el proceso de escritura, ya que como Reddy y Andrade (2010) señalan, se trata de un «documento que articula las expectativas sobre una tarea [...] a través de un listado de criterios de evaluación y una descripción de sus correspondientes niveles de calidad».

¿Qué permite una rúbrica?

- Calificar con mayor objetividad el trabajo de un estudiante.
- Establecer criterios y metas claras.
- Especificar niveles de logro.
- Contar con un instrumento que promueve el aprendizaje y la autoobservación.
- Aclarar el estilo, el tipo de texto requerido, los recursos que se emplearán, la calidad de las fuentes y más.

Para construir una rúbrica, el Centro de Enseñanza y Aprendizaje de la Universidad de Columbia sugiere los siguientes pasos:

- Hacer una lista con las dimensiones que se quieren evaluar mediante el ejercicio solicitado. No hay que olvidar que deben ser observables y medibles.
- Junto a cada dimensión se debe ofrecer una descripción del nivel «logrado con excelencia» o su equivalente al puntaje máximo.
- Dar un nombre para cada grupo, con el fin de lograr una clasificación para esa dimensión. Por ejemplo: «Investigación», «Argumentos», etcétera. Además, indicar si las categorías tendrán puntos o porcentajes.
- Dar una escala para los niveles de logro. Por ejemplo: «Logrado con excelencia», «logrado», «medianamente logrado», etcétera.
- Escribir una descripción para el nivel más bajo.
- Redactar una descripción para los niveles intermedios.
- Sugerimos que al armar una rúbrica se separen los criterios de contenido y de forma.





Ojo con:

- Los criterios de contenido variarán según el tipo de texto solicitado.
- No olvide incorporar los aspectos de forma.
- Las dimensiones de forma no deben tener, salvo excepciones, mayor peso que las dimensiones de contenido (fondo).

Recuerde solicitar en todo ejercicio escrito (Departamento de Expresión, Universidad Adolfo Ibáñez, 2017):

- **Vocabulario:** Culto formal, preciso, adecuado y variado.
- **Ortografía en sus tres áreas:** Acentual (uso de tildes), literal (uso de letras) y puntual (uso de signos de puntuación).
- **Coherencia:** La redacción se puede entender con facilidad.
- **Cohesión:** Las ideas están unidas correctamente a través de conectores o marcas textuales.
- **Aspectos formales:** Tamaño de hoja, tipografía utilizada, portada, bibliografía, etcétera.

# Rúbrica para el informe comercial

<b>Comunicar correctamente por escrito lo que se piensa con los recursos adecuados del idioma</b>			
0	1	2	3
Ortografía: uso de reglas ortográficas (puntual, acentual, y literal, no gramatical). La descripción que se propone en esta rúbrica se aplica a un texto de 2 o 3 páginas			
El escrito no respeta reglas ortográficas básicas, registrándose 15 o más errores ortográficos.	El escrito no respeta reglas ortográficas básicas, registrándose 10 o más errores ortográficos.	El escrito respeta reglas ortográficas básicas. Sin embargo, se registran hasta 5 errores ortográficos.	El escrito respeta reglas ortográficas básicas, no se registran errores ortográficos.
Amplitud de vocabulario			
El escrito repite palabras (no técnicas) y cae en reiteraciones constantes.	En el escrito algunas palabras se repiten y no se usan sinónimos afines.	En el escrito una o dos palabras se repiten y no se usan sinónimos afines.	El escrito evidencia el uso de sinónimos y palabras técnicas de manera adecuada.
Utilización de lenguaje adecuado al tipo de documento y destinatario			
El estudiante utiliza un registro no adecuado durante todo el texto.	El estudiante emplea palabras, jergas o abreviaturas no apropiadas al documento.	Usa incorrectamente algunos de los términos propios de la materia que trata.	Acomoda el lenguaje al tipo de documento y lector, usando tecnicismos propios de la materia.
Uso de coherencia de persona gramatical			
El escrito omite sujeto o equivoca constantemente el uso de la persona gramatical.	El escrito manifiesta errores en el uso del sujeto en varios párrafos.	El escrito manifiesta errores en el uso del sujeto en algunos párrafos.	El escrito manifiesta de manera clara y consistente el sujeto gramatical desde el cual se escribe.

**Cohesión del texto, se identifica una progresión temática, utilizándose párrafos unidos por nexos**

0	1	2	3
Cohesión textual: uso de párrafos e inclusión de idea central en cada uno de ellos			
El texto no presenta uso de párrafos.	Los párrafos aparecen desconectados, perdiéndose la unidad temática y saltando de un tema a otro.	En algunos párrafos se observa unidad temática, no obstante, en otros ésta se pierde, por lo que parece que se habla de otro tema.	Se identifica una unidad temática en todo el texto; los párrafos presentan cohesión textual, lo que genera un hilo conductor en el escrito, pudiendo visualizarse en cada uno de ellos la idea central del ensayo.
Nexos entre ideas			
El escrito pasa de una idea a otra sin utilizar conectores adecuados.	El escrito presenta una cantidad excesiva de conectores, o bien, una repetición constante de ellos.	El escrito presenta poca variedad de conectores, o bien, algunos errores en su uso acertado.	Las ideas se estructuran de manera fluida, lo que favorece la comprensión del escrito. Se utilizan conectores variados y consecuentes con la temática que se plantea.

## Estructura global del texto, se observa la presencia de las partes solicitadas

0	1	2	3
Carta de presentación			
No se indican los problemas, alcances del informe ni los términos de referencia.	Se presentan los indicadores de manera confusa o muy incompleta.	Se presentan los indicadores, pero falta desarrollo.	Se indican los problemas abordados, el alcance y los términos de referencia.
Resumen ejecutivo			
No se presenta resumen ejecutivo.	Se presentan los indicadores de manera confusa o muy incompleta.	Se presentan los indicadores, pero no de manera sintética.	Se entrega de manera sintética el propósito del informe, los hallazgos, las conclusiones y recomendaciones.
Tabla de contenidos			
No se entrega tabla de contenidos.	Se entrega de manera incompleta o confusa, sin lista de títulos y subtítulos.	Se entrega el listado de títulos y subtítulos de las secciones del informe, pero no incluye el número de página.	Se entrega el listado de títulos y subtítulos de las secciones del informe con su respectivo número de página.

## Partes y desarrollo del informe comercial

0	1	2	3
<b>Introducción</b>			
No se presenta introducción.	Se presentan los indicadores de manera confusa o muy incompleta.	Se presentan los indicadores, pero falta desarrollo.	Se entrega una contextualización, propósito, un esquema y definición de los términos utilizados.
<b>Cuerpo</b>			
No se entregan los indicadores del puntaje máximo.	Se presentan los indicadores de manera confusa o muy incompleta.	Se presentan los indicadores, pero falta desarrollo.	Se entrega el estado del arte, metodología, resultados y discusión de los resultados.
<b>Conclusión</b>			
No se presentan conclusiones.	Se presentan los indicadores de manera confusa o muy incompleta.	Se evalúan los hallazgos y recomendaciones, pero falta desarrollo.	Se evalúan los hallazgos entregando recomendaciones iniciales.
<b>Recomendaciones</b>			
No se presentan recomendaciones.	Se presenta la información de manera confusa e incompleta.	Se ofrecen algunas soluciones o campos de acción, desarrolladas de manera incompleta.	Se ofrecen soluciones o campos de acción a partir de la interpretación que el autor elabora.
<b>Apéndice o anexo</b>			
No se hace entrega de las herramientas.	Las herramientas entregadas son difíciles de comprender.	Se entregan solo algunas herramientas que aportan a la comprensión del cuerpo.	Se entregan herramientas detalladas que aportan a la comprensión del cuerpo.
<b>Referencias</b>			
No se ofrecen las referencias utilizadas en el informe.	Solo se proporcionan algunas fuentes, o solo partes de ellas.	Se proporciona una lista de las fuentes, pero no está ordenada.	Se proporciona de manera ordenada una lista con todas las fuentes consultadas para redactar el informe.

## Responder a los aspectos formales del escrito y su entrega

0	1	2	3
Formato de entrega (número de páginas, interlineado, tamaño y tipo de letra)			
El trabajo entregado no se adecúa al formato solicitado.	El trabajo entregado tiene deficiencias en al menos 2 de los requerimientos formales de entrega.	El trabajo entregado no cumple con al menos un requerimiento de los solicitados para la entrega.	El trabajo entregado cumple con todos los requerimientos de entrega solicitados en los aspectos formales del escrito.



# Rúbrica para el ensayo

Comunicar correctamente por escrito lo que se piensa con los recursos adecuados del idioma			
0	1	2	3
Ortografía: Uso de reglas ortográficas (puntual, acentual, y literal, no gramatical). La descripción que se propone en esta rúbrica se aplica a un texto de 2 o 3 páginas			
El escrito no respeta reglas ortográficas básicas, con 15 o más errores ortográficos.	El escrito no respeta reglas ortográficas básicas, con 10 o más errores ortográficos.	El escrito respeta reglas ortográficas básicas. Sin embargo, se registran un máximo de 5 errores ortográficos.	El escrito respeta reglas ortográficas básicas, no se registran errores ortográficos.
Amplitud de vocabulario			
El escrito repite palabras (no técnicas), cayendo en reiteraciones constantes.	En el escrito algunas palabras se repiten y no se usan sinónimos afines.	En el escrito una o dos palabras se repiten y no se usan sinónimos afines.	El escrito evidencia el uso de sinónimos y palabras técnicas de manera adecuada.
Utilización de lenguaje adecuado al tipo de documento y destinatario			
El estudiante utiliza un registro no adecuado en todo el texto.	El estudiante emplea palabras, jergas y abreviaturas no apropiadas al documento.	Usa incorrectamente algunos de los términos propios de la materia que trata.	Acomoda el lenguaje al tipo de documento y lector, usando tecnicismos propios de la materia.
Uso de coherencia de persona gramatical			
El escrito omite sujeto o equivoca constantemente el uso de la persona gramatical.	El escrito manifiesta errores en el uso del sujeto en varios párrafos.	El escrito manifiesta errores en el uso del sujeto en algunos párrafos.	El escrito manifiesta de manera clara y consistente el sujeto gramatical desde el cual se escribe.

**Cohesión del texto, se identifica una progresión temática, utilizándose párrafos unidos por nexos**

0	1	2	3
Cohesión textual: Uso de párrafos e inclusión de idea central en cada uno de ellos			
El texto no presenta uso de párrafos.	Los párrafos aparecen desconectados, se pierde la unidad temática y se salta de un tema a otro.	En algunos párrafos se observa unidad temática, no obstante, en otros se pierde, por lo que parece que se habla de otro tema.	Se identifica una unidad temática en todo el texto; los párrafos presentan cohesión textual, lo que genera un hilo conductor en el escrito, por lo que puede visualizarse en cada uno de ellos la idea central del ensayo.
Nexos entre ideas			
El escrito pasa de una idea a otra, sin utilizar conectores adecuados.	El escrito presenta cantidad excesiva de conectores, o bien, una repetición constante.	El escrito presenta poca variedad de conectores, o bien, algunos errores en su uso acertado.	Las ideas se estructuran de manera fluida, lo que favorece la comprensión del escrito. Se utilizan conectores variados y consecuentes con la temática que se plantea.

**Estructura global del texto, se observa la presencia de problema, argumentos, contraargumentos y conclusiones**

0	1	2	3
Presencia de introducción: Exordio, contexto, marco general y problemática			
No hay introducción.	Se presentan solo algunas de las partes solicitadas.	Se presentan las partes solicitadas, pero no se aprecian correctamente a través de una separación de párrafos.	Es posible observar una introducción completa con cada una de las partes solicitadas.
Presencia de argumentación y contraargumentación			
No aparecen argumentos ni contraargumentos.	Aparecen solo argumentos a favor de la idea principal, no contraargumentos.	Hay argumentos y contraargumentos, pero en algunos párrafos se confunden.	Es posible observar la presencia de argumentos y contraargumentos en torno a la temática central.
Presencia de conclusiones			
No presenta conclusión.	Es posible interpretar entre líneas la conclusión, pero no está explícita.	Las conclusiones se aprecian hacia el final de escrito, pero son muy breves.	Las conclusiones se aprecian claramente hacia el final de escrito y tienen una presencia dentro de la extensión del texto adecuada.

## Calidad de la argumentación y contra argumentación, presencia de toma de postura: coherencia, variedad y calidad de los argumentos y toma de postura

0	1	2	3
Exordio, contexto, marco general y problemática.			
No se identifican las partes solicitadas.	Faltan algunas partes solicitadas o no cumplen su función.	Se identifican las partes solicitadas, pero no están correctamente desarrolladas.	Se llama la atención del lector en el primer párrafo, se entrega un contexto adecuado, se aclaran los términos usados en el ensayo y se identifica el problema que se desarrollará.
Argumentación			
El ensayo no presenta argumentos.	El ensayo no presenta un respaldo teórico o empírico que sustente la temática desarrollada.	El ensayo presenta una serie de argumentos que respaldan la tesis, pero no aparecen bien explicados o articulados.	El ensayo manifiesta perspectivas teóricas y empíricas que sustentan la propia tesis.
Contraargumentación y refutación			
El ensayo no considera perspectivas distintas a la levantada en la temática.	El ensayo incorpora perspectivas distintas a la levantada en la temática central, pero no son coherentes con el tema principal y no se refutan para sostener la tesis.	El ensayo incorpora perspectivas distintas a la levantada en la temática central, pero éstas no se refutan de manera adecuada.	El escrito evidencia perspectivas diferentes o contrarias a la argumentada y las refuta debidamente.

Conclusiones			
No se presentan conclusiones.	Las conclusiones no son consistentes con la problemática, observándose un cierre del texto superficial y sin coherencia.	Las conclusiones responden a la problemática y son consistentes con ella, pero su nivel de profundidad y alcance es menor al planteamiento del problema.	Las conclusiones son consistentes con la problemática y la discusión desarrollada.
Toma de postura o tesis			
El autor no toma postura por medio de una tesis.	La tesis es confusa: demasiado amplia o poco directa, sin evidenciar la toma de postura sobre el tema.	Se aprecia una postura frente al tema por medio de una tesis, pero no está bien estructurada.	Se evidencia claramente el momento en que el autor toma postura por una idea, opinión o teoría, declarando así la tesis del ensayo.

## Responder a los aspectos formales del escrito y su entrega

0	1	2	3
Formato de entrega (número de páginas, interlineado, tamaño y tipo de letra)			
El trabajo es entregado, pero no se adecúa al formato solicitado.	El trabajo entregado tiene deficiencias en al menos 2 de los requerimientos formales de entrega.	El trabajo entregado no cumple con al menos un requerimiento de los solicitados para la entrega.	El trabajo entregado cumple con todos los requerimientos de entrega solicitados en los aspectos formales del escrito.

# Rúbrica para la bitácora

Autoevaluación			
0	1	2	3
Consciencia de sus habilidades o debilidades			
No se observa ningún grado de consciencia ni conocimiento de los aprendizajes.	Grado de consciencia de sus habilidades que no alcanza a ser considerado suficiente, puede estar basado en indicadores superficiales acerca de sí mismo.	Grado de consciencia que permite al alumno apreciar sus debilidades y fortalezas. No obstante, no logra reportar del todo lo que piensa y siente respecto de sí mismo.	Alto grado de consciencia personal, uso de sí mismo como ejemplo para otros. Capacidad para reportar a otros sus debilidades y fortalezas.
Capacidad de autocrítica			
No es capaz de hacer una autocrítica de su propio desempeño.	Es capaz de hacer crítica respecto de sí mismo solo a nivel superficial o basado en indicadores no esenciales.	La persona logra hacer procesos de autocrítica, mas no son considerados profundos, y en algunas ocasiones se observan retrocesos, volviéndose a situar en indicadores superficiales.	Alto grado de autocrítica relacionada con la capacidad de analizarse a sí mismo, para luego estructurar un reporte que manifiesta debilidades y fortalezas.
Capacidad de autoanálisis			
No presenta autoanálisis.	El análisis se caracteriza por ser vago, superficial y concreto. Se ahonda poco en los matices que pueda tener el discurso en relación a sí mismo	Hay profundidad y lógica en el análisis, pero falta mayor argumentación y síntesis.	Se hace un análisis del tema que es claro, profundo, sintético y fundamentado.

## Documentación

0	1	2	3
<b>Actividades cumplidas y programadas</b>			
No presenta actividades cumplidas o presenta otras actividades.	Las actividades solo están enunciadas y no cumplen con un determinado orden cronológico. No entrega contexto.	Las actividades están registradas, pero no entrega detalles. Hay un contexto general.	Relata detallada y descriptivamente las actividades que ha cumplido siguiendo un orden cronológico; sitúa al lector en el contexto cada vez que es necesario.
<b>Detalle de problemas y oportunidades</b>			
No se detectan problemas.	Los problemas y oportunidades son solamente enunciados, sin mayor entrega de información, análisis o antecedentes.	Detecta e informa los problemas y oportunidades presentados en el trabajo. No los clasifica ni analiza mayormente y faltan algunos antecedentes para comprender la relevancia o impacto que tiene.	Detecta, analiza, informa y clasifica los problemas y oportunidades presentados en el trabajo. Entrega la información necesaria para poder comprender el impacto o relevancia del mismo.
<b>Capacidad de autoanálisis</b>			
No menciona los logros obtenidos o menciona logros no conseguidos.	Menciona escuetamente los logros obtenidos, sin mayor análisis.	Hace un análisis de los logros obtenidos, pero no siempre son objetivos. No hay una separación entre los logros para la empresa y los de su formación profesional.	Hace un análisis objetivo de los logros obtenidos y el impacto que tienen tanto para la empresa como para su formación profesional. Reconoce a quienes han sido parte de ese logro.

## Empoderamiento del rol

0	1	2	3
Capacidad de relacionar sus habilidades y debilidades con su formación como ingeniero comercial			
No es capaz de relacionar sus habilidades con sus conocimientos.	El estudiante tiene dificultades para relacionar el conocimiento de sus habilidades y debilidades en su formación como ingeniero comercial. Esto implica que está centrado en elementos accesorios.	Es capaz de transferir conocimientos sobre sí mismo a posibles situaciones acontecidas en su futuro laboral. No obstante, en ocasiones tiene dificultad para apreciar la relación entre lo aprendido en la carrera (o curso) y su rol de ingeniero comercial.	Es altamente capaz de transferir conocimientos sobre sí mismo a posibles situaciones acontecidas en su futuro laboral. Puede apreciar cómo lo que aprende hoy puede ser utilizado en su propio crecimiento o en su rol de ingeniero comercial.
Análisis de la necesidad de perfeccionar las técnicas			
El estudiante no analiza la necesidad de aprehender técnicas.	El estudiante analiza de manera superficial la necesidad de aprehender técnicas de formación para su rol. Esto implica que tiene dificultades para identificar cuáles son sus necesidades de formación y perfeccionamiento en relación al desempeño de un ingeniero comercial.	El estudiante analiza y verbaliza sus necesidades de perfeccionamiento, pero se observan limitaciones en el uso de las técnicas que se aplican al desempeño del rol.	El estudiante analiza y verbaliza cuáles son las necesidades de formación y perfeccionamiento en relación al rol del ingeniero comercial y las técnicas necesarias en su desempeño.



## Aspectos formales

0	1	2	3
Redacción y ortografía			
Presenta problemas en la redacción a tal punto de hacer el texto ininteligible o incoherente.	La redacción es poco sintética y le falta claridad. En ocasiones es confusa y algo desordenada. Tiene 12 o más errores ortográficos.	La redacción presenta un hilo conductor, aunque le falta una mayor capacidad de síntesis. Adecuada redacción y claridad. Tiene 7 o más errores ortográficos.	Tiene un hilo conductor y su redacción es ordenada, clara y consistente. Hay menos de 7 errores ortográficos.



# Reflexiones finales

Con este manual buscamos potenciar una cultura de la escritura en Ingeniería Comercial UDD, además de reforzar la importancia de contar con distintas instancias que fomenten la escritura: manuales, centros de escritura, cursos basales, talleres de nivelación y profundización, concursos literarios, investigaciones académicas en torno a la alfabetización académica, etcétera.

Nuestra intención es multiplicar los espacios de reflexión docente en torno a la escritura académica y fomentar la escritura en la sala de clases como una manera de enraizar el aprendizaje de nuestros alumnos.

Esperamos contribuir a la laboriosa tarea de la ejercitación de la escritura como método de aprendizaje.

## Referencias

- Aguilar, Renato (2014). *El arte de escribir en economía y ciencias sociales, un manual de estilo*. Disponible en <http://decon.edu.uy/arteescribir/artett.pdf>.
- Bondi, Marina (1999). *English Across Genres: Language Variation in the Discourse of Economics*. Modena: Il Fiorino.
- Carlino, P. (2008). Concepciones y formas de enseñar escritura académica. Un estudio contrastivo. *Signo y Seña*, 16, 71-117. Disponible en <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/sys/article/view/5707>.
- . (2013). Alfabetización académica diez años después. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 18 (57), 355-381.
- . (2015). Leer y escribir para aprender y participar en todas las asignaturas. Primer Encuentro Internacional de Lectura y Escritura en las Disciplinas de la Educación Secundaria y Superior. CEAC, DIUC y Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Cuenca, Cuenca. Disponible en <https://www.aacademica.org/paula.carlino/234.pdf>.
- Departamento de Expresión, Universidad Adolfo Ibáñez (2017). *Manual de apoyo para la docencia: pautas para incorporar y evaluar el proceso de escritura en la educación universitaria*. Santiago: Editorial Universidad Adolfo Ibáñez.
- Egaña, Txema, Eneko Bidegain y Aito Zuberogoitia (2013). ¿Cómo buscan información académica en internet los estudiantes universitarios? Lo que dicen los estudiantes y sus profesores. *EduTec* 43, 1-15. doi: 10.21556/edutec.2013.43.332.
- Fraile, Juan, Rodrigo Pardo y Ernesto Panadero (2016). ¿Cómo emplear las rúbricas para implementar una verdadera evaluación formativa? *Revista Complutense de Educación*, 28(4), 1.321-1.334. doi: 10.5209/RCED.51915.
- Hart, Christopher (2008). Exploring the Information-Seeking Behavior of the Staff and Students of the Florida Virtual School: A Case Study (tesis doctoral). Florida State University. Tesis doctoral. Disponible en <https://diginole.lib.fsu.edu/islandora/object/fsu:182393/datastream/PDF/view>.
- González, Wenceslao (2012). La economía en cuanto a ciencia: Enfoque desde la complejidad. *Revista Galega de Economía*, 21(1), 1-30. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/391/39123194011.pdf>.

- Harvard Writing Center (2007), A Brief Guide to Responding to Student Writing. Artículo. Harvard College Writing Program. Disponible en [http://writingproject.fas.harvard.edu/files/hwp/files/bg\\_responding\\_to\\_student\\_writing.pdf](http://writingproject.fas.harvard.edu/files/hwp/files/bg_responding_to_student_writing.pdf).
- Harvey, Gordon (2009). *A Brief Guide to Designing Essay Assignments*. Artículo. Harvard College Writing Program. Disponible en [http://writingproject.fas.harvard.edu/files/hwp/files/hwp\\_brief\\_guide\\_assignments.pdf](http://writingproject.fas.harvard.edu/files/hwp/files/hwp_brief_guide_assignments.pdf).
- Head, Alison (2013). Learning the Ropes: How Freshmen Conduct Course Research Once They Enter College. Artículo. Project Information Literacy Research Report. Disponible en [https://www.projectinfolit.org/uploads/2/7/5/4/27541717/pil\\_2013\\_freshmenstudy\\_fullreportv2.pdf](https://www.projectinfolit.org/uploads/2/7/5/4/27541717/pil_2013_freshmenstudy_fullreportv2.pdf).
- Parodi, Giovanni y Gina Burdiles (editores) (2015). *Leer y escribir en contextos académicos y profesionales*. Santiago: Ariel. Disponible en [http://www.giovanniparodi.cl/giovanniparodi/site/artic/20150930/asocfile/20150930091236/parodi\\_burdiles\\_12\\_de\\_mayo\\_2015\\_final.pdf](http://www.giovanniparodi.cl/giovanniparodi/site/artic/20150930/asocfile/20150930091236/parodi_burdiles_12_de_mayo_2015_final.pdf).
- Programa de escritura de Manoa (s/f). *Cómo responder los escritos de los alumnos*.
- . (s/f). *Diseño de tareas de escritura*.
- Reddy, Malini y Heidi Andrade (2010). A review of rubric use in higher education. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 35(4), 435-448. doi: 10.1080/02602930902862859.
- Torres Perdigón, Andrea (2017). Leer y escribir en la universidad: Una experiencia desde una concepción no instrumental. *Estudios Pedagógicos*, 43(1), 311-329. Disponible en <https://scielo.conicyt.cl/pdf/estped/v43n1/art18.pdf>.
- University of New South Wales Business School (s/f). Writing a Report. Artículo. Disponible en <https://www.business.unsw.edu.au/Students-Site/Documents/Writingareport.pdf>.
- Victoria Business School (2007). How to Write a Business Report. Victoria University of Wellington. Artículo. Disponible en <https://www.victoria.ac.nz/vbs/teaching/resources/VBS-Report-Writing-Guide-2017.pdf>.

