


Universidad Técnica Particular de Loja
BIBLIOTECA GENERAL

Revisado el VIII-16-23

Valor cl. 210⁰⁰

Nó Clasificación 1983 M 967 SE 14



115pg.



GSI

Correspondencia Comercial

Redacción

651.75
651.

017 X159



Universidad Técnica Particular de Loja

**FACULTAD DE ECONOMIA
ESCUELA DE SECRETARIADO EJECUTIVO**

CORRESPONDENCIA COMERCIAL

**TESIS DE GRADO PREVIA A
LA OBTENCION DEL TITULO
DE SECRETARIA EJECUTIVA.**

MARTHA F. MUÑOZ ALVARADO

**DIRECTORA:
Lcda. Amada García**

LOJA-ECUADOR

1983



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2017

Lic. Amada García.- PROFESORA DE LA ESCUELA DE SECRETARIA
DO EJECUTIVO, DE LA UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LO
JA,

C E R T I F I C A :

Que el presente trabajo, previo a la ob
tención del Título de SECRETARIA EJECU
TIVA, sobre el tema: CORRESPONDENCIA CO
MERCIAL, realizado por la Srta. Martha
Muñoz Alvarado, ha sido prolijamente re
visado, por lo tanto, autorizo su pre
sentación para estudio e informe del
respectivo Tribunal de Grado.

Loja, junio de 1983.



Lic. Amada García

PROFESORA-DIRECTORA

LAS OPINIONES Y DEFINICIONES VERTIDAS
EN ESTE TRABAJO SON DE EXCLUSIVA RES-
PONSABILIDAD DE SU AUTORA.

MARTA FABIOLA MUÑOZ ALVARADO



DEDICATORIA

A mi querido padre, que desde siempre me impulsó a caminar por el sendero del bien.

Dedico con el más grande amor, a su recuerdo que prevalece - siempre en mi corazón.

A mi madre y hermanos, quienes después de Dios, en todo momento manifestaron una entrega de sacrificio, abnegación y amor, ayudándome a la culminación de la tercera etapa de mi vida.

Gracias a ellos, porque hoy conozco el triunfo de mi vida estudiantil y saboreo los augurios que trae consigo.

A G R A D E C I M I E N T O

Al concluir este trabajo, dejo expresa constancia de agradecimiento a todo el profesorado de la Escuela de Secretariado Ejecutivo, que de una manera u otra supieron impartirme sus invalorables conocimientos.

De igual forma, consigno mi especial agradecimiento y gratitud a la Lic. Amada García, por sus sabias enseñanzas y bondadosa colaboración en el desarrollo de la presente monografía.

ESQUEMA GENERAL DE PRESENTACION

CERTIFICACION

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

INTRODUCCION

DESARROLLO DE LA TESIS

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

INDICE

I N T R O D U C C I O N

Dentro de la vida comercial, la carta es la base de por lo menos el setenta por ciento de todas las transacciones. Es obvio entonces, que la habilidad para escribir una buena carta comercial es requisito indispensable y valioso para la persona que entra al mundo de los negocios, especialmente para la secretaria cuya obligación profesional reside en su redacción.

Por tal motivo, he creído necesario hacer un estudio minucioso en lo que a cartas se refiere.

La presente monografía se encuentra dividida en tres partes: La primera que contiene los capítulos: I, II, III, IV, que se relaciona con el estudio de la carta en general, desde su significado hasta la forma de redacción de su texto. Además, se indican las diferentes clases de comunicaciones - que se presentan en la vida diaria.

La segunda parte trata sobre la Ortografía, la misma que está íntima - mente ligada a la Redacción; es de gran importancia tener siempre presente las distintas reglas ortográficas y de acentuación, puesto que, de nada sirve poseer títulos académicos con preparación intelectual superior, si se tiene un conocimiento pobre de la ortografía. "Hay que escribir, pero, sobre todo, escribir bien".

Algo indispensable que se emplea frecuentemente en cartas, informes, y demás documentos, es el uso de siglas y abreviaturas, las cuales constan en la tercera parte de esta monografía.

CAPITULO 1



LA CARTA COMERCIAL

Cuando por razones de tiempo, distancia o preferencia no podemos compartir la vida de nuestros familiares o visitar a nuestros amigos, es usual recurrir a la carta como medio de comunicación. Unas cuantas líneas pueden poner a quien las recibe al corriente de la vida del ausente, así como unas cuantas palabras despachadas a tiempo a un amigo enfermo le expresan nuestros sentimientos de simpatía. Las cartas nos ayudan a expresar lo que pensamos, sentimos o estamos haciendo; y, a ofrecer o pedir favores, creando así nuevas amistades o manteniendo las antiguas.

De igual manera, la carta comercial despierta o sostiene el interés de unos por otros dentro del mundo de los negocios.

1. DEFINICION.

La carta comercial es la conversación que por escrito mantienen entre sí dos o más personas, con un fin específico: vender, comprar, invitar, agradecer, cobrar, reclamar, etc.

La carta viene a ser la representación de una persona, el sustituto del comisionista, del vendedor. Intercambia ideas, crea interés, crédito y simpatía.

2. IMPORTANCIA Y EVOLUCION DE LA CORRESPONDENCIA.

La tramitación de los negocios y como consecuencia el de la correspondencia comercial han evolucionado extraordinariamente.

Desde tiempos inmemoriales el hombre ha buscado comunicarse con sus semejantes, primero por medio del gesto, luego de la palabra hablada, es decir, sus comunicaciones fueron orales y se practicaban a corta distancia, finalmente vino el descubrimiento de la escritura. El primer alfabeto de que se tiene noticia fue ideado por los fenicios, más tarde modificado por los griegos y los romanos y luego adoptado por los demás pueblos europeos con diferentes diseños.

A medida que las naciones han ido avanzando, los sistemas de comunicación han evolucionado, de acuerdo con las posibilidades culturales de las respectivas civilizaciones.

Primitivamente, el transporte se lo hacía por medio de las personas, a pie o a caballo. En la actualidad son variados los medios de transportar cartas, así tenemos: ferrocarril, transporte aéreo y marítimo, mensajes telegráficos, radiofónicos, etc.

Gracias a la diversidad y facilidad de la excelente organización de los sistemas de correos, la correspondencia se tramita con más seguridad y rapidez.

La carta es el medio de correspondencia más efectivo, rápido, económico, imprescindible en las relaciones humanas. En el campo del comercio y de los negocios es un agente valiosísimo e indispensable, puesto que sin ella se paralizarían las transacciones de carácter comercial. Podemos decir también que es una prolongación de la empresa, cuyo nombre y prestigio llega hasta los lugares más remotos, permite la comunicación de país a país y de continente a continente, borra distancias y tiende una especie de puente entre personas que a veces ni siquiera se conocen.

En resumen se puede decir, que la carta comercial es el cerebro y la vida misma de los negocios.

3. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA CARTA.

La carta es un lazo de unión entre comunicante y comunicado, que tiene por objeto transmitir un mensaje. Tres son los elementos que intervienen en la carta:

1. Comunicante: fuente, origen del mensaje,
2. Mensaje: recado que el comunicante trate de transmitir,
3. Receptor: persona a la que va destinado el mensaje.

Para que el comunicante consiga que su carta pueda ser calificada de "buena carta" ha de adaptar el mensaje en su estilo, tono y más características a la idiosincracia y cultura de la persona receptora.

Una carta fracasa si no logra que el receptor capte sin dificultad el mensaje.

Toda carta se escribe con una finalidad determinada. Quien la recibe debe sentir de algún modo la necesidad de escribir la comunicación y encontrar en ella una información que le sea de utilidad.

De tal manera, de los elementos enunciados anteriormente, el comunicante o corresponsal es el principal, puesto que de él depende el éxito o fracaso de los negocios.

4. CUALIDADES DE LAS CARTAS.

Entre las cualidades que caracterizan a una carta comercial, se encuentran las siguientes:

4.1. Claridad.- Lo primero en el estilo es la claridad, todos los escritos deben ser comprendidos con facilidad.

Si el lector o destinatario no entiende a primera vista el propósito de la carta, el mensaje no ha cumplido su objetivo; por lo tanto se debe asegurar de que el texto se transmita en términos que no induzcan a confusión.

Para conseguir la claridad, antes de comenzar la composición de la carta, se debe decidir qué es lo que realmente se quiere decir, si se va a hacer el pedido o no, a suministrar la información requerida, hacer una sugerencia, etc. Además es necesario la selección del vocabulario, de la puntuación, longitud y disposición de las frases y la distribución total de los párrafos.

Es importante evitar todas aquellas palabras que puedan llevar a confusión o que sean demasiado ambiguas. Las frases deben ser directas, sin paréntesis ni frases subordinadas encadenadas, y razonablemente cortas, aunque tampoco es aconsejable escribir muchas frases cortas seguidas una detrás de la otra, ya que ello produce la impresión cortante y seca de estar leyendo un telegrama urgente. Tanto el vocabulario como la estructura de las frases deben encontrarse a la altura de la inteligencia y educación del destinatario.

4.2. Concisión y Brevedad.- Es el empleo de palabras indispensables - para hacer que el mensaje sea breve y completo.

Se debe abordar directamente el asunto o tema y limitarse a él, pero teniendo en cuenta que la concisión no debe ir jamás en perjuicio de la claridad. Una carta en la cual abundan palabras no indispensables se hace tediosa y quita tiempo al hombre de negocios.

La concisión se logra:

- a) Evitando la profusión y escritos excesivamente floreados,
- b) Eludiendo lo superfluo.

Hay que conseguir informar al lector en el menor tiempo, pero sin omitir nada de lo imprescindible.

4.3. Exactitud.- Un escrito es exacto cuando posee todo el alcance - que se le desea dar. La exactitud está íntimamente ligada a la claridad, de tal manera que todo lo que se escribe en una carta jamás puede ser fuente de dudas.

Para conseguir la exactitud es necesario:

- a) Eliminar todo lo que se presente al lector como impreciso,
- b) Suprimir todo lo que pueda crear la duda en el lector,
- c) Estudiar cada asunto, objeto de correspondencia,
- d) Establecer un plan sencillo y fácilmente redactable.
- e) Ponerse a la altura de la persona que va a recibir la carta,
- f) Elegir las palabras adecuadas a cada situación, circunstancia o negocio.

4.4. Cortesía.- Acción con que se manifiesta la atención, el respeto o el afecto que se tiene a una persona.

Es serenidad de trato y educación esmerada. Jamás deben trascender a una carta los ímpetus y vehemencias del carácter de un corresponsal, Debe tomar el trato agradable, sin adulación ni servilismo.

La cortesía depende en parte de un saludo y una despedida adecuados , pero lo que más importancia tiene a este respecto es el tono general del lenguaje en el cuerpo completo del texto; aún el contenido de cartas que son negativas deben comunicarse en términos corteses.

4.5. Buena Ortografía.- Corrección en la escritura de las palabras.

La falta de corrección ortográfica causa una impresión altamente desagradable en el individuo o casa comercial que envía la carta, puede dificultar la comprensión de un escrito y predispone en contra del comunicante.

Para conseguir el dominio de la ortografía es necesario:

- a) Leer con atención e interés obras selectas,
- b) Ejercitarse en toda ocasión de duda, haciendo consultas al diccionario,
- c) Tener un gran interés en corregirse y superarse.

4.6. Armonía.- Por armonía se entiende la conveniente proporción y correspondencia de unas partes de la carta con otras. La expresión proporcionada es señal de orden y equilibrio. En una carta, las distintas partes deben estar dispuestas de tal forma que el conjunto resulte uniforme, armónico, grato al espíritu.

Para lograr armonía en las cartas, se precisa:

- a) Cuidadosa distribución de las distintas partes del escrito,
- b) Equilibrado empleo de vocablos,
- c) Un eficaz empleo de pausas y puntuación.

CAPITULO 2

MECANICA DE LAS CARTAS COMERCIALES

1. PARTES DE QUE CONSTA LA CARTA COMERCIAL:

1.1. ESTRUCTURALES O ESCENCIALES:

- Membrete
- Lugar y Fecha
- Nombre y dirección del destinatario
- Saludo o vocativo
- Cuerpo o texto de la carta
- Despedida
- Antefirma
- Nombre mecanografiado
- Iniciales de responsabilidad.

1.2. ADICIONALES O SUPLEMENTARIAS:

- Línea de atención
- Línea del asunto
- Referencia
- Anexos, inclusos, adjuntos
- Copias al carbón.
- Segunda Hoja.

1.1. PARTES ESTRUCTURALES O ESCENCIALES:

Membrete.- Es el diseño -generalmente impreso- en el papel de -
correspondencia, en el que se indica: el nombre de -
la empresa o razón social; actividad a la que se dedica; dirección; número

telefónico; télex; logotipo; o cualquier otra información que se desee agregar.

Ejemplo:

SEGUROS LA TRANAUTA S.A.

Bolívar 639

Teléf. 654-832.

Caracas

Lugar y Fecha.- Es la indicación del lugar, día, mes y año en que se escribe la carta o comunicación.

Lugar.- Nombre de la localidad desde donde se escribe la carta. Este dato se omite si es que consta en el membrete.

Día.- Es el número cardinal correspondiente al tiempo en que se escribe.

Mes.- Debe consignarse completo, sin abreviaturas. Si no va precedido del lugar se lo anotará con mayúsculas su primera letra, caso contrario, irá en minúsculas.

Año.- Se lo anotará en números seguidos, sin punto que separe las centenas de las unidades de millar.

Ejemplo:

ASESORAMIENTOS EMPRESARIALES

Av. Las Américas No. 11-44

Teléfono: 369-365

-Guayaquil-

ASESORAMIENTOS EMPRESARIALES

Av. Las Américas No. 11-44

Teléfono: 369-365

Guayaquil - Ecuador

Marzo, 30 de 1983.

Milagro, marzo 30 de 1983.

Tratamiento o título, Nombre y dirección del destinatario.- El tratamiento o título es la palabra con que se distingue a una persona para diferenciarla de las demás, por su sexo, estado civil, posición y jerarquía, tales como: Señor (Sr.); Señorita (Srta.); Doctor (Dr.); etc.

En la segunda línea se anotará los nombres y apellidos completos del destinatario y el cargo si lo hay. Luego se hará constar el nombre del lugar a donde se dirige la comunicación.

La dirección interior ocupará como máximo cinco líneas y como mínimo tres.

Ejemplo:

Señor

Jorge Cisneros Guerrero

Ciudad.

Doctor

José Reyes Moreno

GERENTE DE INAPESA

Quito.

Saludo o vocativo.- Es la forma de dirigirse o saludar a los demás, se coloca después de la dirección interior o de -

la línea de atención, si la hay, al margen izquierdo, seguido de dos puntos.

Ejemplo:

(correcto)

Estimado Señor:

Estimado Cliente:

Estimados Señores:

(Incorrecto)

Estimado señor:

Estimado cliente:

Estimados señores:

Cuerpo o texto de la carta.- Es la parte más importante, puesto que es el portador del mensaje. Son las expresiones que forman el contenido de la carta.

Consta de tres párrafos:

Párrafo de introducción.- Su objeto es despertar el interés del lector y captar su atención.

Párrafo de Desarrollo.- Es el cuerpo mismo de la carta, su misión es exponer claramente al lector el motivo de la misiva.

Párrafo de Cierre.- Es el que finaliza el mensaje. Es el cierre natural y lógico de lo explicado, sin reacciones ni posturas fuera de lugar.

Tanto en la frase de introducción como en el cierre hay que tratar de evitar el gerundio.

Ejemplo:

Estimado Cliente:

Nos complace informarle sobre las condiciones de pagos, por las que Usted está interesado:

- Concedemos el 2% de descuento por pago anticipado,
- Los gastos ocasionados por el cobro corren a cuenta del cliente o comprador, y,
- El descuento citado, sólo es aplicable al valor de las mercancías y no a los gastos de exportación.

Esperamos que acepte gustosamente nuestras condiciones y nos envíe lo más pronto su pedido.

Atentamente,

Despedida.- Es la frase final de cortesía. Tiene que ser sencilla y escrita a tono con el saludo, va seguida de (,) coma. Dentro de la empresa comercial existen dos formas de despedida que son las más usuales:

Atentamente,

Muy Atentamente,

La frase Cordialmente, es usada para dirigirse a una autoridad o si la comunicación es enviada al extranjero.

Antefirma.- Es la razón social, se usa cuando no existe membrete, para indicar cual es el remitente o empresa que está emitiendo

do la comunicación, va a renglón seguido de la línea de despedida o después del nombre.

Ejemplo:

Atentamente,
COMPAÑIA DE SEGUROS LOS ANDES

Carlos Guerrero O.
GERENTE

Muy Atentamente,

Carlos Guerrero O.

GERENTE
COMPAÑIA DE SEGUROS LOS ANDES.

Nombre mecanografiado.- Corresponde al nombre o nombres y apellidos del remitente, va después de la antefirma o despedida.

Ejemplo:

Atentamente,
IMPORTADORA MIRASOL

Dr. Jaime Piedra M.,
GERENTE

Muy Atentamente,

Dr. Jaime Piedra M.,
GERENTE

Iniciales de responsabilidad.- Son las iniciales de la persona que dicta y mecanografía la carta:

- Cuando la carta es firmada por una tercera persona, se anota con mayúsculas las iniciales del responsable de la redacción y separado por (/ : - ;) las iniciales de la persona que mecanografió en minús-

culas. Ejemplo: LV./mma.

- Cuando el que dicta firma la carta, únicamente irán las iniciales - del que mecanografía, en minúsculas. Ejemplo: mma.
- Cuando la secretaria redacta la carta para la firma de su jefe, irán las iniciales de ella, en mayúsculas. Ejemplo: MMA.

1.2. PARTES SUPLEMENTARIAS:

Línea de atención.- (Atc.) Va entre la dirección y el vocativo ; se usa cuando se desea que la carta vaya a determinada persona y es necesario dirigirse a la compañía o institución, a fin de que tengan conocimiento del asunto o contenido.

Ejemplo:

Señores
Banco de Fomento
Suc. Cariamanga
Cariamanga.

Atc.: Sr. Ricardo Ortega Villacís.

Asunto.- Es la indicación en resumen del tema o contenido de la carta, mediante una frase breve, precedida de la palabra ASUNTO.

Ejemplo:

Señores
Resistencias y Bobinados, S.A.
Guatemala.

ASUNTO: Estudio de aprovisionamiento de hilo de cobre.

Referencia.- Se usa para indicar que la comunicación que se envía hace referencia a algún documento. Se la puede anotar entre la dirección interior y el saludo o debajo de la línea de la fecha.

Ejemplo:

Sr. Ingeniero
Carlos Villa Castro
Caracas.

Caracas, marzo 2 de 1983

Ref.: Pedido No.124.

Referencia: Negociado de cobros.

Anexos y adjuntos.- Se considera como tal, todo lo que se cita en la carta y se agrega para enviar al destinatario, - puede ser: letras de cambio, cheques, copia de oficios, etc.

Cuando a un oficio se le incluye otro documento en un mismo sobre, irá la palabra: ADJUNTO.

Cuando estos documentos por ser de mucho volumen van en sobre aparte, se anotará la palabra: ANEXOS.

Ejemplo:

Adj.: cheque No.124.

Anexo: (1) informe trimestral de labores.

Segunda Hoja.- Si la carta es extensa, es indispensable una segunda ,
tercera hoja, etc., cada página adicional debe conte -
ner lo siguiente:

- Nombre del destinatario,
- Fecha,
- Número de página.

Estos datos pueden ir en una sola línea o en tres líneas, a espacio sen-
cillo; luego a seis espacios se continuará con el mensaje, estas hojas pue-
den ser membretadas o no.

Ejemplo:

Dr. Jorge Martín	Marzo, 30 de 1983	Pág. 2
------------------	-------------------	--------

Dr. Jorge Martín		
Marzo, 7 de 1983		
Pág. 2		

Ejemplo General de la distribución de las partes de la carta comercial:

CASA DEPORTIVA AMAZONICA

Av. Zamora #12-43 Sucre 10-13 y Quito
Teléf. 960-345; 961-875; 960-543; 961-385

-LOJA-

FECHA

REFERENCIA

DIRECCION INTERIOR

LINEA DE ATENCION

LINEA DEL ASUNTO

VOCATIVO :

CUERPO O TEXTO

DESPEDIDA

NOMBRE MECANOGRAFIADO

CARGO

INICIALES

ADJUNTOS Y ANEXOS

LUGAR Y FECHA

DIRECCION INTERIOR

REFERENCIA

VOCATIVO :

CUERPO O TEXTO

DESPEDIDA

ANTEFIRMA

NOMBRES MECANOGRAFIADOS

CARGO

INICIALES

ADJUNTOS Y ANEXOS

COPIAS AL CARBON

2. DISEÑOS O ESTILOS DE CARTAS COMERCIALES.

Existen varios modelos o estilos de cartas, a los mismos que se los puede clasificar de acuerdo a su empleo, así tenemos:

Los estilos de mayor uso en la vida comercial son: Bloque Extremo; Bloque; Semibloque; Sangrado y Escalonado.

2.1. Bloque Extremo.- Es el más rápido y práctico. Todas sus líneas, incluso la de la fecha comienzan al borde del margen izquierdo. El texto por lo general va escrito a espacio sencillo, sólo entre párrafos va doble espacio.

Ventajas:

- Permite la escritura veloz, ahorrando tiempo a la mecanógrafa, puesto que no hay que espaciar para sangrías.
- Sugiere eficiencia.

Desventajas:

- Muestra un diseño desequilibrado, la carta parece ser más pesada a la izquierda.
- Es demasiado severo y rígido.

2.2. Estilo Bloque.- Es de mayor uso en la actualidad; fácil, atractivo y práctico. Las líneas de la fecha, despedida y la firma comienzan en el centro de la línea de escritura, las demás van al borde del margen izquierdo.

Ventajas:

- Tiene un aspecto adecuado a la seriedad de la comunicación comercial.
- Permite escribir a máquina rápidamente, pues no se pierde tiempo en dejar sangrías en el texto.
- Es bastante tradicional.

Desventajas:

- El lector hecha de menos las sangrías al comienzo de párrafos.
- Es para muchos un poco rígido desde el punto de vista estético.

2.3. Estilo Semibloque.- La distribución de este estilo es igual a la del estilo bloque, con la diferencia de que la primera línea de cada párrafo lleva una sangría de cinco o más espacios.

Ventajas:

- Tiene el diseño más estético de todos los estilos.
- Mantiene un clima de seriedad comercial sin ser rígido.
- Las sangrías ayudan a ubicar los párrafos.

Desventajas:

- La escritura es un poco más lenta en relación a los otros estilos, - debido al uso del tabulador.

2.4. Estilo Sangrado o Escalonado.- Se caracteriza por las entradas o sangrías que se hacen en la dirección interior; y en la antefirma, firma y cargo; el texto va a gusto del mecanógrafo; es un estilo muy caprichoso, conservador y de gran trabajo en su confección.

Ventajas:

- Es práctico especialmente para cartas manuscritas.
- Ofrece más espacios en blanco para resaltar el mensaje.
- Su apariencia es ágil y agradable.

Desventajas:

- Es el más lento de escribir por el uso constante de la tabulación al hacer cada sangría.
- Tiene aspecto de anticuado e ineficaz, por lo general se lo considera poco práctico en la correspondencia comercial.

2.5. Estilo Colgante.- Es similar al estilo bloque, con la diferencia de que en el texto la primera línea de los párrafos se inicia al tope del margen izquierdo, pero a partir de la segunda y demás líneas llevan una sangría de cinco espacios, guardando verticalidad.

Ventajas:

- Por la presentación del diseño en los párrafos, atrae favorablemente la atención del lector, lo que lo hace más eficaz en las cartas de propaganda.
- Destaca cada tema de una manera especial.

Desventajas:

- Lentitud al escribir e incomodidad al tabular.
- Atrae más la atención hacia la forma que hacia el contenido.

2.6. Estilo Cuadrado.- Sigue las características del estilo bloque extremo, con la diferencia de que la fecha va al margen derecho, al mismo nivel de la primera línea de la dirección interior,

y por tener la última línea del cargo con las iniciales de representación - al mismo nivel.

Ventajas:

- Es de gran novedad y puede usarse en cartas extensas que ocupen una hoja.
- Da la sensación de equilibrio en su distribución.

Desventajas:

- Su aspecto general no es agradable a la vista.
- Se aparta totalmente de lo tradicional.

2.7. Estilo Noma.- "Noma", que significa: Asociación Nacional para la Dirección de Oficinas (National Management Association) de los Estados Unidos. En la práctica es una nueva variación del estilo bloque extremo; todas sus líneas comienzan al tope del margen izquierdo, con la característica de que por razones prácticas se omite el saludo y la despedida de cortesía; se utiliza el asunto que sirve de salutación introductora al tema de la carta; el mismo que va en letras mayúsculas al igual que el nombre, cargo o departamento del firmante.

Ventajas:

- Ahorra mucho tiempo evitando el uso de frases rituales.
- Reune muchos aspectos prácticos que lo hacen apropiado para empresas en las que hay que despachar mucha correspondencia.

Desventajas:

- Es una comunicación fría y rígida a la que se ha suprimido todo nuestro afecto.

- Presenta los asuntos no directamente, sino con cierta brusquedad.
- Es algo totalmente nuevo, y por su forma será difícil la adopción en los países latinos.

2.8. Estilo Español.- Es un modelo que se adapta al estilo semibloque, se caracteriza en que las líneas de la fecha, - vocativo, despedida, nombres y la primera línea de cada párrafo se escriben al margen derecho, a la misma dirección.

Ventajas:

- Es un modelo atractivo y bien dispuesto.
- Util para cartas que contienen un asunto único.

Desventajas:

- Poco práctico, puesto que presenta pérdida de tiempo al tabular.

Existe también otro estilo, el mismo que no se lo emplea en las cartas comerciales, pero es necesario estudiarlo, es el llamado:

2.9. Protocolario o Americano.- Se diferencia del estilo bloque, en - que las líneas de la dirección interior van en la parte inferior de la carta. Se lo utiliza en la Presidencia de la República (cuando se manda una invitación); en los Ministerios y en - las Embajadas (cuando se envía a un departamento).

Ejemplos con aplicación a cada estilo:

Estilo Bloque Extremo:

CHARTER INTERNACIONAL
Dirección: Sucre #10-15 y Quito
Teléfonos: 361-354; 262-853 .
-GUAYAQUIL-

Febrero, 25 de 1983.

Señor
Jaime Galarza
ALMACEN FENIX
Loja.

Estimado Señor:

Su pedido No.4528 salió de nuestra fábrica el 17 de febrero y debería haber llegado a sus manos. Probablemente su carta y el pedido se cruzaron en el correo. ¿Sería tan amable de revisar nuevamente, y si no ha llegado, hacérnoslo saber?. En tal caso investigaríamos con la Compañía transportadora.

Atentamente,

Alberto Vaquerizo Puertas,
JEFE DE VENTAS
MMA.

Estilo Bloque:

AUTO PARTS JAPONES CIA. LTDA.

Dirección: 10. de Mayo 420 .

Teléfono: 392-536; 398-220

-GUAYAQUIL-

Febrero, 25 de 1983.

Señor
Fausto Crespo L.
Cuenca.

Estimado Señor Crespo:

Muchas gracias por informarnos acerca de la batería que adquirió reciente -
mente. Lamentamos que no estuviera a la altura de lo que usted esperaba de
ella; por lo tanto, le rogamos devolvérsela con cargo a nuestra cuenta.

En su lugar, le hemos enviado una batería nueva; la cual estamos seguros le
dará muchos años de servicio.

Muy Atentamente,

Gustavo Cisneros
GERENTE DE VENTAS

MAA.

Estilo Semibloque:

LA CATALANA
AGENCIA DE ADUANAS
-GUAYAQUIL-

Febrero, 26 de 1983.

Señores
Creaciones Gómez Ortiz, S.A.
Loja:

Estimados Señores:

Hemos recibido su carta de fecha 30 de enero y con ella la documentación del embarque I-1.235-G.

Si, como nos dicen, están ustedes interesados en que el envío no sufra demora, remítannos de urgencia una factura extendida por cuadruplicado ya que, para la aduana, son necesarias tres copias además del original.

Entre tanto, iremos activando la tramitación del expediente para tenerlo dispuesto a la llegada de la mercancía.

Atentamente,

Fabián M. Guevara
APODERADO GENERAL.

MMA.

Estilo Sangrado o Escalonado:

Quito, febrero 26 de 1983.

Señora

María Paladines de Miño

GABINETE DE BELLEZA "MARISOL"

Loja.

Estimada Cliente:

Hemos recibido su consulta acerca de la aplicación de nuestra Crema Hidratante de acción juvenil REJOVEN. La felicitamos por su elección.

Para que usted pueda obtener los mejores resultados de la aplicación de dicha crema, debe proceder a una limpieza a fondo de su cutis. A continuación aplicará REJOVEN, de acuerdo a las instrucciones en el folleto adjunto.

Muy Atentamente,

CLINICA DE BELLEZA "PEREZ"

Ximena M. Pérez L.
DIRECTORA

MMA.

Adj: lo indicado.

Estilo Colgante:

Guayaquil, febrero 26 de 1983.

Señor
Sergio Vinueza
Loja.

Estimado Cliente:

Todo regalo produce satisfacción, su arte está en saber seleccionar, esta -
mos próximos al día de la madre, la "Reina del Hogar", su acompañante-
fiel, ¿Qué mejor cosa puede regalársele que un objeto que contribuya a
su distracción mientras realiza sus quehaceres domésticos?.

Entre esos objetos está una grabadora de sonido, confeccionada especialmen-
te para Ella, cuya marca es GRAFOS, la más perfecta, compacta, con cam-
bio de cinta automático y ultrarrápido.

Todas las personas que usan la grabadora GRAFOS están altamente satisfechas
de su utilidad, servicio y ventajas, su precio está al alcance de to-
dos. Usted puede adquirirla en cualquier establecimiento de artículos
eléctricos de su Provincia.

Atentamente,
ALMACENES "GASA" S.A.

Ing. Jorge Luis Vallejo
GERENTE

MMA.

Estilo Noma:

ES/ ELECTRICIDAD SUDAMERICANA
Av. Las Américas #10-20. -Lima-

Febrero, 27 de 1983.

Señor
Germán Valverde S.
Guayaquil.

ASUNTO: Instrucciones para incorporación a la Empresa.

Nos complace comunicarle que las pruebas realizadas por usted han sido satisfactorias. Por este motivo le remitimos solicitud de ingreso a fin de que sea devuelta una vez completada.

Deberá acompañarla con los siguientes documentos: partida de nacimiento, 4 fotografías tamaño carnet y fotocopia de la titulación profesional.

La documentación deberá presentarse en el Servicio de Personal de esta Empresa, donde se le indicará la fecha de incorporación al trabajo.

Vicente Medina Chiriboga
JEFE DE PERSONAL

MMA.

Adj.: lo indicado.

Estilo Español:

AGRUPACION SUPERMERCADOS "ORIA"
Av. Huaynacápac #8-24 -Cuenca-

Febrero, 27 de 1983.

Señores
Supermercado "El Sol"
Ambato.

Estimados Señores:

Su carta del día 20 nos ha proporcionado la satisfacción de aprecio que tanto ustedes como nosotros tenemos una amplia, leal y sincera colaboración. Apreciamos la confianza de mostrada y les anticipamos nuestro máximo interés en el trabajo en común.

De acuerdo con sus instrucciones tendremos listos los documentos de fusión para el próximo día 29, en que les enviaremos para que realicen las modificaciones convenientes. Posteriormente serán acordadas las fechas de discusión.

Muy Atentamente,

Julio César Mendoza Robalino

MMA.

3. LOS MARGENES.

Márgenes son los espacios que quedan en blanco a cada uno de los cuatro lados del escrito. Así tenemos:

Superior.- Márgen de cortesía, en el que van insertos los datos de entendimiento. Con preferencia deberá ser del mismo ancho que el inferior, de acuerdo al tamaño de la carta.

Inferior.- Márgen de pie de carta, en el que van escritos los datos de relación y responsabilidad.

Izquierdo.- Espacio a la izquierda del escrito, que debe ser más amplio que el derecho para facilitar el archivado de la correspondencia, dando lugar a poder consultar una carta sin moverla del archivo; por lo general será de 15 - 12 espacios.

Derecho.- Tiene por objeto evitar la destrucción de la parte escrita que da al exterior una vez archivada la carta. Los continuos roces pueden originar el deterioro de las líneas que no guardan este márgen; el mismo que será de 8 - 6 espacios.

4. EL SOBRE.

4.1. Apariencia y Estructura.- El sobre es el complemento de la carta y naturalmente deberá ajustarse con exactitud al tamaño y estilo de la misma. Por lo general, los sobres para uso comercial llevan impreso el mismo membrete del papel de carta. Muchos prefieren que este membrete sea lo más sencillo y omiten en él algu-

nos detalles. Así tenemos a algunas compañías que hacen imprimir sus sobres con el nombre y la dirección de las firmas, otras únicamente hacen constar las iniciales de la Empresa, en el margen superior izquierdo o en la parte superior central del sobre. El membrete en el sobre es práctico porque facilita la referencia de la persona o empresa remitente, economiza tiempo a la mecanógrafa, al no tener que recurrir al archivo para copiar la dirección cada vez que envía una carta y lo que es más, facilita a las oficinas de correo la devolución de correspondencia que por cualquier motivo no pueda llegar a su destino.

En cuanto a la nemada del sobre es indispensable hacer constar lo siguiente:

- Título o cargo;
- Nombres y apellidos del destinatario;
- Cargo que desempeña (si lo hay);
- Nombre de la firma:
- Dirección: domiciliaria, postal, telefónica, etc.;
- Nombre del lugar donde reside;
- Estado, provincia o país.

Si el sobre no tiene membrete impreso, debe escribirse en el ángulo superior izquierdo, el nombre del destinatario y sus señas.

4.2. Clases de Sobres.- Existe una inmensa variedad de sobres en el mercado. Se los fabrica en diferentes colores, tamaños y estilos.

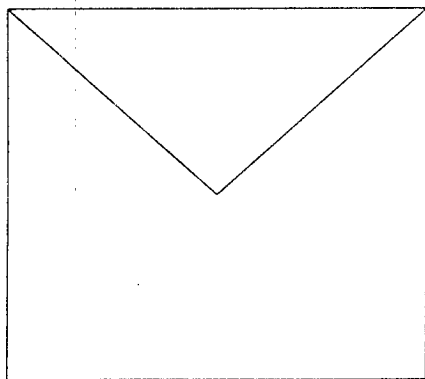
Para la correspondencia comercial se usa el color blanco, podemos men

cionar las siguientes clases de sobres:

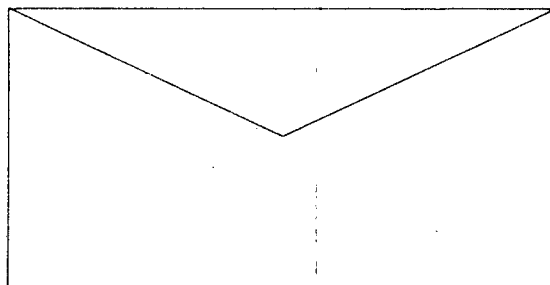
- Sobre ordinario
- Sobre aéreo
- Sobre bolsa o de manila
- Sobre ventana.

Sobre ordinario.- Puede ser cuadrado o rectangular. Se lo utiliza para el envío de comunicaciones por el correo ordinario.

CUADRADO

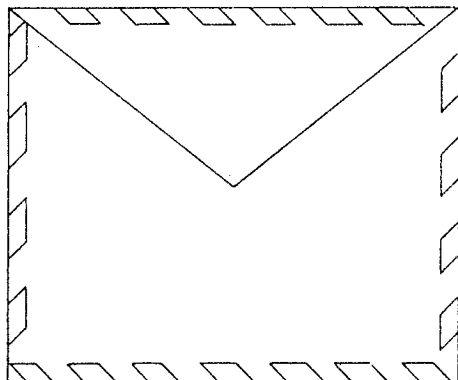


RECTANGULAR

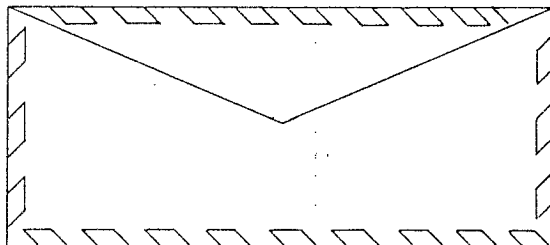


Sobre aéreo.- Como su nombre lo indica, sirve para el despacho de la correspondencia por vía aérea. Son de dos clases:

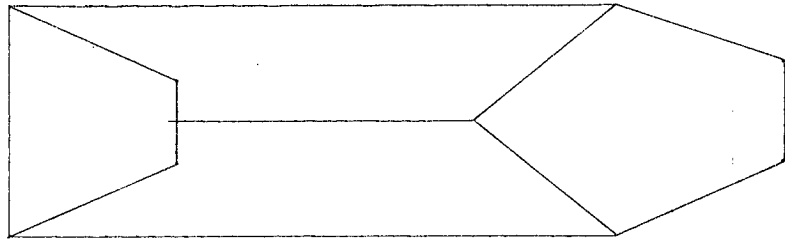
ORDINARIO



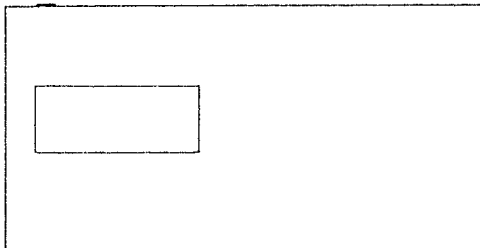
OFICIO



Sobre bolsa o de manila.- Su tamaño es mayor, sirva para remitir catálogos, revistas, folletos, etc. Se los confecciona de papel fuerte.



Sobre Ventana.- Lleva en su anverso una parte transparente, que permite ver los datos del destinatario y su dirección, escritos en la carta.



CAPITULO 3

EL REDACTADO COMERCIAL

El redactado de una carta comercial nunca debe ser literario, sino de ideas claras, lenguaje breve y conciso, con conceptos concretos, expresar ideas con palabras apropiadas al receptor, empleando términos comunes a su negocio; por ejemplo, a un ingeniero, se le hablará técnicamente; a un banquero, en forma financiera; etc.

1. PREPARACION METODICA DE LA CARTA.

Para la preparación de una carta es indispensable tomar en cuenta los pasos que a continuación se detallan:

1.1. Planeamiento.- Se comienza por dar un enfoque pensado a las cartas que se tengan que escribir, por lo menos hasta que se adquiera suficiente práctica. Tratar de no dejar nada a la improvisación.

Un Planeamiento adecuado exige:

- a) Especificar el objeto de la carta:
 - Qué motiva la carta.
 - Qué fin se pretende alcanzar

- b) Hacer acopio de antecedentes o datos:
 - De las cartas o documentos.
 - De las personas o entidades a las que se dirija.

1.2. Disposición del Contenido.- Intentar la redacción que como es lógico, no será la definitiva. Los pasos a seguir son:

- Listar las distintas ideas que conviene incluir, especialmente si se trata de un convenio o propuesta. Con ésto se consigue no omitir de talles importantes.
- Analizar las distintas ideas que se conviene transmitir desde el punto de vista de los fines que han de lograrse.
- Considerar los efectos que dichas ideas pueden causar en el receptor.
- Seleccionar las ideas y disponer en orden, de acuerdo a su importancia.
- Concretar las ideas, a fin de consolidar el tema e influir con mayor fuerza en el receptor.

1.3. Preparación del borrador.- Para la preparación del borrador, existen tres aspectos:

Desarrollo.- Se establece el orden que dará unidad a la carta, teniendo en cuenta, si fuera preciso: una descripción cuidadosa de los hechos, los razonamientos que deben ser aportados, las conclusiones a que se haya llegado.

Expresión.- Es el resultado de todo el proceso anterior en que se empieza a esbozar la forma definitiva de la comunicación. Si en tal momento sur

gen nuevas ideas, es necesario anotarlas al margen del papel o en papel aparte, procurando que la atención no se desvíe del tema.

Corrección del borrador.- En este paso es necesario leer lo que se ha escrito, tratando de hacer correcciones en lo siguiente:

- Aspectos formales, en cuanto a palabras, frases, párrafos, signos y puntuaciones.
- Aspectos expresivos, en cuanto a su contenido, estilo, tono.

1.4. Realización y presentación de la carta.- Antes de saber si una carta está bien redactada, o es correcta, lo que destaca a la vista del lector es: si tiene o no esmerada confección; la disposición inicial será favorable al contenido; si es mala será más difícil ganar la atención del lector; por esta razón se debe tomar muy en cuenta las circunstancias que rodean el trabajo mecanográfico y la presentación misma de la carta.

2. SUGERENCIAS PARA UNA MEJOR REDACCION.

El lenguaje es el papel primordial para lograr una buena redacción, el mismo que debe ser natural, como si se estuviera platicando con el lector.

A continuación se presentan nueve sugerencias que ayudarán a escribir cartas en un estilo sencillo y directo:

- No utilizar frases anticuadas o pomposas,
- Evitar el uso de palabras o frases innecesarias,
- No utilizar, con el fin de hacer incapié, dos palabras con el mismo-

significado,

- Evitar el uso de palabras o expresiones favoritas,
- No utilizar palabras antisonantes,
- Usar palabras diferentes para expresar los distintos matices de significado,
- Utilizar frases cortas,
- Evitar palabras que antagonicen,
- Emplear una forma positiva en el planeamiento.

3. TECNICAS PARA UN MEJOR PRINCIPIO Y CIERRE DE CARTAS.

Para un mejor principio de cartas.- La forma de empezar cualquier carta deberá atraer la atención del lector inmediatamente. Es preciso tomar en cuenta lo siguiente:

- Hacer breve la iniciación: Los párrafos largos son desalentadores , por lo tanto la iniciación de la carta deberá ser siempre corta.
- Evitar las aperturas sosas, sin objeto o rebuscadas.- Estas expresiones aburren al lector y lo cansan antes que llegue al objeto de la carta.
- Ir directamente al asunto.- El andar con rodeos no atrae la atención del lector.
- Emplear una frase agradable.- Esto despierta una reacción positiva en la mente del lector, no es aconsejable poner las malas noticias en el primer párrafo.
- Hacer referencia a un asunto anterior, si es que lo hubiere.
- Cuando se tiene buenas noticias que van a ser de interés para una persona o grupo, es necesario informar al lector: quién, qué, cuándo, dónde y por qué en la apertura.

Para un mejor cierre de cartas.- El cierre de carta influirá en el lector para que haga lo que se le pide , o podrá surtir un efecto contrario.

El cierre deberá agregar algo definido a la carta o no habrá ninguna razón de incluirlo. Para ésto es necesario:

- Evitar cierres demasiado formales o sosos.
- Dar fechas concretas.
- Sugerir sólomente un acto
- Usar palabras positivas, ya que las negativas en una carta la debilitan porque muestra la falta de confianza en sí mismo de quién la escribe.

4. TERMINOLOGIA COMERCIAL:

ACCION:	Título por el valor de las partes que se divide el capital de una empresa industrial y comercial.
ACARREO:	Transporte de mercaderías de un lugar a otro.
AFORO:	Valoración de que hacen las aduanas por el pago de derechos de mercaderías.
AGENTE:	Persona que por cuenta de otro efectúa un negocio.
ARANCEL:	Publicación oficial que señala los derechos de aduanas por precios que han de venderse las cosas.
ARQUEO:	Recuento material del efectivo de la cuenta caja.
AVAL:	Es la obligación escrita en garantía de efectuar el pago de un documento, si no lo hiciere la persona correspondiente.
AVERIA:	Daño que padecen las mercaderías al ser transporta-

	das de un lugar a otro.
BALANCE:	Estado que muestra la situación económica de una empresa.
BULTO:	Envoltorio a fardo.
BOLSA:	Lugar de reunión de los comerciantes para efectuar sus negocios.
CAPITAL:	Constituye todos los valores que posee un comerciante.
CIRCULAR:	Carta de un mismo tenor, enviada a distintas personas.
COMITENTE:	El que otorga poder o comisión a otro para que se cobre por cuenta de él.
CONSIGNACION:	Envío de mercaderías a un agente corresponsal o comerciante para que sean vendidas por cuenta del comerciante o sea el comitente.
COTIZACION:	Valuación de acciones, títulos del estado, etc., acción de fijar los precios de compra y venta de los mismos.
DEFICIT:	Diferencia en contra que resulta de la comparación del activo con el pasivo.
DEPRECIACION:	Disminución del valor o precio de venta de una cosa.
DESCUENTO:	Rebaja que se realiza por el pago anticipado de una deuda, como compensación por avería de una mercadería.
DESFALCO:	Acción de tomar fondos del estado y disponer arbitrariamente de ellos.
EFFECTIVO:	Dinero metálico, cheques o documentos que están a favor.
EMBARGO:	Retención judicial de algunos bienes por deudas an

	teriores.
EMPRESA:	Sociedad mercantil donde se realiza un negocio.
EXPORTACION:	Envío de mercaderías al extranjero.
ENDOSO:	Conceder a otro el derecho de cobrar el importe que el documento representa.
FABRICA:	Establecimiento destinado a la elaboración de productos.
FIANZA:	Documentos que garantizan el pago de una deuda perteneciente a una tercera persona.
FOLIO:	Cada una de las filas de un libro.
MERCADERIA:	Objeto que se compra o se vende
LIQUIDACION:	Ajuste de cuentas.
PESO BRUTO:	Cuando las mercaderías son pesadas con su envase o envoltorio.
PODER:	Mandato o facultad que se da a una persona para que proceda en representación del que otorga.
POLIZA:	Contrato o escritura de seguros.
PRESUPUESTO:	Cálculo anticipado del costo de alguna cosa.
QUIEBRA:	Es el estado en que se encuentra un comerciante al cesar en sus pagos.
RAZON SOCIAL:	Es la firma que adopta una sociedad para todos sus actos mercantiles.
SUCURSAL:	Es un negocio establecido en distinto lugar del principal.
SURTIDO:	Variedad de artículos o mercaderías.
TARIFA:	Tabla de precios de mercaderías o derechos que se deben pagar sobre los mismos.
USURA:	Interés excesivo que se cobra por alguna cosa.
VENCIMIENTO:	Fecha en la que un documento debe ser abonado.

CAPITULO 4

CLASES O TIPOS COMUNES DE COMUNICACIONES

i. CLASIFICACION GENERAL DE CARTAS.

1.1. Correspondencia Privada: Familiares o íntimas.

1.2. Correspondencia Social: Felicitación, Pésame, Invitación ,
Aceptación, Excusa, Agradecimiento,
Solicitud de Empleo, Presentación,
Recomendación.

1.3. Correspondencia Comercial: Circulares, Pedidos, Créditos, Re-
mesa o Pago, Cobro o Cobranza, Re-
clamación y Ajuste, Solicitud de -
información.

1.4. Correspondencia Oficial: Administrativa y Gubernamental.

1.1. Correspondencia Privada.- Es aquella de carácter familiar o ín-
timo. Son cartas espontáneas, sencí-
llas, sin formulismos; es decir, que no están ajustadas a determinadas nor-
mas.

Ejemplo de carta familiar:

Quito, marzo 1 de 1983.

Queridos padres:

Hoy he sido informada por el Director de la Universidad, que por obtener el mejor puntaje de Rendimiento en la Facultad, se me otorga una beca de tres años en la Universidad de Berlín, para la especialización de Pediatría, a partir del primero de abril.

Me siento muy feliz porque he sabido recompensar en parte los sacrificios que ustedes han hecho por mí.

Abracen a todos mis hermanos y tengan la seguridad de que siempre les recuerdo.

Su hija que les quiere,

Marta.

1.2. Correspondencia Social. = En toda Empresa o Institución, sea pública, particular o comercial, surge la necesidad de recurrir a otro tipo de correspondencia, que es la social.

Social, porque en ella se refleja las buenas relaciones humanas de los que viven en una sociedad civilizada. Relaciones que aumentarán conforme el volumen de la Empresa sea más grande.

La correspondencia social excluye las cartas de tipo familiar y que se dirijan a íntimas amistades. Se caracterizan por su cortesía, sinceridad y claridad.

Ejemplos de cartas sociales empleadas en la Correspondencia Comercial.
Carta de Felicitación: Por un servicio sobresaliente a la Cámara.

ALMACEN "EL ROCIO"
Dirección: Sucre 13-15 e Imbabura
-LOJA-

Marzo, 7 de 1983.

Señor
Alfonso Morrison
Ciudad.

Estimado Señor Morrison:

Leí con mucho placer su aceptación al cargo de "Presidente en la Cámara de Comercio" en Loja.

Cuando un hombre tan ocupado como Ud. encuentra tiempo para ayudar en las actividades de la Cámara, nos toca a nosotros expresarle nuestro más sincero respeto ante el magnífico trabajo que está desempeñando.

Por lo tanto, quiero expresarle mi admiración y mis mejores deseos para su éxito.

Atentamente,

Juan Paladines Romero
GERENTE

MMA.

Carta Social de Agradecimiento-Por colaboración.

COMERCIAL "EL SOL"
Dirección: 9 de Octubre 3-52
-GUAYAQUIL-

Marzo, 7 de 1983.

Señor
Ned Icaza Cornejo
Quito.

Estimado Señor Icaza:

Fue muy amable al pasar mucho tiempo ayer en nuestra compañía. El material que trajo, así como las sugerencias que hizo, serán de mucha ayuda para los planes de nueva organización en la selección de vendedores.

Todos apreciamos su cooperación.

Mis más sinceras gracias por su ayuda.

Muy Atentamente,

José Luis Chiriboga,
JEFE ADMINISTRATIVO

MMA.

Carta de Invitación.- Para dar un discurso.

Guayaquil, marzo 8 de 1983.

Economista
Juan Martínez
EJECUTIVO DE VENTAS
Ciudad.

Estimado Señor Martínez:

El Directorio de la Cámara de Comercio de esta ciudad, me ha pedido que le extienda una invitación para que sea nuestro conferencista de honor en la Convención de Vendedores, el lunes 14 del presente, en el salón "Ponce de León" de la Cámara, a las 08H00.

Nos han hecho muchas preguntas sobre información atrasada con respecto al uso y mal uso de las pruebas de aptitud, vocación y personalidad utilizadas en las nuevas prácticas de empleo. Conocemos su trabajo de investigación en este campo, y esperamos que nos honre con su discurso ante los miembros de la Cámara.

Espero tener noticias tuyas lo más pronto.

Atentamente,
CAMARA DE COMERCIO GUAYAQUIL

José Cornejo Méndez
SECRETARIO GENERAL.

MMA.

Carta de Aceptación.- Para discurso

Guayaquil, marzo 9 de 1983.

Señor
José Cornejo Méndez
SECRETARIO GENERAL DE LA CAMARA DE COMERCIO
Ciudad.

Estimado Señor Cornejo:

Tendré mucho gusto en aceptar su invitación como conferencista en la Convención de Vendedores el próximo día lunes a las 08H00.

No me ha indicado durante cuánto tiempo desea que yo hable. A menos que reciba noticias suyas, limitaré mi discurso a dos horas, puesto que el tema a tratarse será muy extenso.

Muy Atentamente,
ASESORAMIENTOS EMPRESARIALES

Econ. Juan Martínez León
EJECUTIVO VENTAS

MMA.

Carta de Excusa.- Rehusando invitación para conferencia.

Guayaquil, marzo 9 de 1983.

Señor

José Cornejo Méndez

SECRETARIO GENERAL DE LA CAMARA DE COMERCIO

Ciudad.

Estimado Señor Cornejo:

Le expreso mi agradecimiento por la atención que me hace en su carta de ayer, para asistir como conferencista en la Convención de Vendedores, que se celebrará el día lunes 14 del presente. Sé que sería muy agradable el estar con ustedes, sin embargo, para esa noche he contraído el compromiso de concurrir a la Universidad Central, para pronunciar una conferencia sobre un tema de Economía.

Quiero por este medio, excusar mi asistencia y tratar de estar con ustedes si surge otra ocasión.

Atentamente,

ASESORAMIENTOS EMPRESARIALES

Econ. Juan Martínez León

EJECUTIVO DE VENTAS

MMA.

Carta de Condolencia. - Por la muerte de un empleado.

CIA. FARMACEUTICA S.A.
Dirección: Av. 10 de Agosto 05-38
-QUITO-

Marzo, 9 de 1983.

Señora
Silvia Vega Vda. de Santos.
Ciudad.

Estimada Señora:

Ocasionó un profundo dolor a los miembros de la Compañía, al enterarnos del fallecimiento de su esposo, ya que para quienes tuvimos la oportunidad de tratarlo fue un hombre querido y respetado.

Estamos seguros de que su puesto en nuestra compañía nunca podrá ser ocupado del todo por otra persona.

Reciba nuestro más sincero pésame por tan irreparable pérdida.

Atentamente,

Hernán Toledo Ledesma
GERENTE
MMA.

Carta de Solicitud de Empleo.

Loja, marzo 10 de 1983.

Señor
Arturo San Martín
GERENTE EMPRESA MIRASOL
Ciudad.

Estimado Señor:

He notado el importante desarrollo de su Empresa y supongo que busca una Secretaria Ejecutiva que tenga suficiente experiencia en el mundo de los negocios para atender la gran variedad de público que viene a su oficina, por encontrarme capacitada para ello me gustaría mucho colaborar con usted.

Soy graduada de Secretariado Ejecutivo en la Universidad Técnica Particular de Loja, por lo tanto, puedo tomar dictado en inglés y español y transcribirlo en el menor tiempo. Además, tengo experiencia en esas labores por haber trabajado en otras empresas.

La hoja de datos personales que incluyo le proporcionará detalles completos.

Me gustaría tener la oportunidad de una entrevista personal, les ruego indicar el día y hora en que puedan recibirme.

Atentamente,

Carmen Elena Alvarado
SECRETARIA EJECUTIVA

Adj: Hoja de Datos Personales.



HOJA DE DATOS PERSONALES

Carmen Elena Alvarado.
Av. Cuxibamba # 31-91.
Teléf. 960-780. Loja.

EDUCACION:

Bachillerato: Colegio "Sta. Mariana de Jesús" Loja.
Graduada en: VII-80.

HABILIDADES COMERCIALES Y CURSOS REALIZADOS:

- Taquigrafía, 120 palabras por minuto (inglés y español).
- Mecanografía, 70 palabras por minuto.
- Correspondencia comercial en español e inglés.
- Sistemas de archivo y control de datos.
- Administración de oficina y personal
- Conocimientos avanzados de inglés.

ACTIVIDADES UNIVERSITARIAS:

- Representante del Consejo Estudiantil
- Secretaria Tesorera del Club Universitario
- Miembro del Club Universitario.

EXPERIENCIA:

- Cajera-Vendedora en Comercial "FERRILUX" en Loja. 1980-1981.
- Mecanógrafa tiempo parcial en la Universidad Técnica Particular de Loja. 1980-1981.
- Secretaria Ejecutiva de "CATERPILLAR", en Cuenca, 1981-1982.

REFERENCIAS:

- Econ. Carlos Soto, Gerente Ferriluz, Teléf. 961-783
- Ing. Rodrigo Vásquez, Gerente de Caterpillar, Teléfono: 825-935.

Carta de Presentación y Recomendación.

INDUSTRIAS QUIMICAS
Dirección: Av. Las Américas 10-15
-QUITO-

Marzo, 10 de 1983.

Señor
Jorge Palacios B.
GERENTE DE "LASERNA" CIA. LTDA.
Guayaquil.

Estimado Señor Palacios:

Me complace presentarle a un buen amigo y profesional, el Sr. Federico del Monte, Ingeniero en Jefe de Acme Fisher Company.

Con el fin de escribir un reporte sobre el asunto, el Sr. del Monte está realizando una cuidadosa investigación sobre plantas de calentamiento y energía de algunas de nuestras mayores industrias.

Tengo conocimiento de que su Compañía posee una de las más modernas del país; por lo tanto, recomiendo al mencionado profesional a fin de que se le preste la ayuda necesaria en la revisión de la planta.

Atentamente,

Bolívar Cárdenas M.
JEFE ADMINISTRATIVO

MMA.

1.3. Correspondencia Comercial.- Es la conversación escrita entre dos comerciantes, o entre un comerciante y un particular llamado cliente.

Los asuntos de la vida comercial son variadísimos, siendo lógico que la carta comercial tenga su ampliación en cada uno de ellos; por lo tanto, son muchas sus clasificaciones, Así tenemos: Circulares, Pedido, Crédito, Remesa o Pago, Cobro o Cobranza, Reclamación y Ajuste, Solicitud de Información.

Cartas Circulares.- Son las que tienen la misma redacción y se las envía a diferentes destinatarios. Este tipo de carta se escribe en mimeógrafo, multígrafo y también en Imprenta, para obtener así muchos ejemplares.

Una vez hecha su impresión y al escribir el nombre del destinatario deberá usarse el mismo tipo de letra en que se confeccionó el texto de la carta.

Este tipo de cartas se usa mucho en las propagandas de productos comerciales. Las actividades que se dan a conocer en este tipo de cartas son:

- Apertura de un establecimiento comercial.
- Cambio de local
- Cambio de socios o miembros de una compañía.
- La llegada de nuevas mercaderías
- El traspaso del negocio a otro comerciante o suspensión del negocio.
- Cambio de actividades de una casa comercial.
- etc.

Modelo de Carta Circular anunciando la fundación de una casa comercial.

IMPORTADORA CUXIBAMBA
Dirección: Av. Kennedy 8-12
Teléfono: 962-417 .
-LOJA-

Marzo, 11 de 1983.

Señor
Rodolfo Vásquez
Macará

Estimado Señor:

Nos es grato comunicarle que acabamos de poner al servicio del público, un nuevo establecimiento comercial, denominado "La Americana", dedicado exclusivamente a la venta al por mayor y menor de toda clase de artículos alimenticios, tanto nacionales como extranjeros.

La amplia experiencia y los conocimientos técnicos que poseemos en esta clase de artículos, así como la adecuada organización que hemos dado a nuestra empresa mercantil, las ventajas, prontitud, y esmero con que se despachan sus pedidos; el hecho de que nuestros productos son importados directamente del extranjero y los nacionales adquiridos en la fábrica, nos permiten poderle ofrecer los precios más bajos conforme lo puede comprobar en las listas adjuntas.

Atentamente,

Luis Machado Vega.
GERENTE

MMA.

Circular indicando la suspensión de la compañía.

GUZMAN, ALFONSO Y CIA.
Sucre 25-16 e Imbabura
LOJA-ECUADOR

Loja, marzo 11 de 1983.

Señor

Ciudad.

Estimado Señor:

Le comunicamos que por motivo de la declinación que ha sufrido últimamente nuestro negocio por el incendio que destruyó totalmente la fábrica, nos vemos obligados a suspender las operaciones mercantiles a partir de la fecha de esta comunicación.

Queda disuelta pues, la sociedad, "Guzmán, Alonso y Cía.". Ha sido nombrado liquidador el Abogado Fausto Domínguez, quien se hará cargo del cobro de las deudas y del pago de las obligaciones pendientes. Su oficina se encuentra ubicada en la Av. Cuxibamba #30-50, en esta ciudad.

Aprovechamos la oportunidad para expresarle nuestro agradecimiento por sus atenciones para con nosotros.

Muy Atentamente,

Jorge Guzmán
GERENTE

MMA.

Circular indicando cambio de local.

BAZAR "LA ELEGANCIA"
Calle Amazonas 12-56
Teléfono 235-462
-QUITO-

Marzo, 11 de 1983.

Señor

Ciudad.

Estimado Cliente:

Con gusto le comunicamos que por necesidad de ampliación del negocio , nos hemos trasladado a un nuevo y amplio local situado en la Av. de Las Amé-
ricas 72-15, en esta ciudad, donde nos ofrecemos, como siempre, a servirles de la mejor forma en nuestra gira de cosméticos, perfumes y artículos de pe-
luquería.

Será bien recibido en nuestra nueva casa.

Atentamente,

Teresa Suárez Paz

MMA.

Cartas de Pedido.- Son las que tienen por finalidad solicitar a las -
casas proveedoras o abastecedoras pedido de catálo-
gos, de mercaderías, etc. Por lo general las casas comerciales editan catá-
logos en los que se especifican todos los detalles de las mercancías que -
ellos venden. Para hacer el pedido se debe consultar primeramente el catá-
logo; también se solicitan datos tales como: precios y condiciones de pago,

Pedido de informe sobre datos relativos a la mercancía que se desea -
comprar.

Guayaquil, marzo 11 de 1983.

Señores
Editorial MINERVA
Quito.

Estimados Señores:

El próximo mes de abril iniciaremos nuestro nuevo curso escolar y deseamos-
poner de texto las series de Libros-cuadernos de lectura, lenguaje y ortogra-
fía que ustedes anuncian.

Por favor envíeme a vuelta de correo, el nuevo Catálogo de Editorial Miner-
va sobre los libros que nos interesan, especifiquen sus precios, descuentos,
formas de pago y demás características.

Muy Atentamente,
ESCUELA "MONTUFAR".

Dr. Julio Sempértégui
DIRECTOR

MMA.

Contestación a pedido de informes y catálogos:

EDITORIAL "MINERVA"

10 de Agosto #12-25.

Teléfono: 244-365.

-QUITO-

Marzo, 12 de 1983.

Doctor

Julio Sempértegui

DIRECTOR ESCUELA "MONTUFAR"

Guayaquil.

Señor Director:

Gustosamente correspondemos a su petición y en sobre aparte le estamos enviando nuestro nuevo catálogo. En él aparecen todas las publicaciones, la mayoría son textos escolares.

Entre estos textos aparecen las series de Lectura, lenguaje y Ortografía, por los que usted se interesa.

También se anuncian libros de asuntos gramaticales, de vocabularios, manuales de Matemáticas, Geografía, etc. En el referido catálogo se indican los precios, descuentos, condiciones de pagos y otros datos de interés.

Esperamos su orden de pedido y con gusto le atenderemos inmediatamente,

Atentamente,

Felipe Rodríguez C.
GERENTE

Pedido de mercaderías:

Guayaquil, marzo 13 de 1983.

Señores
Editorial Minerva
Quito.

Señores:

Les ruego me remitan, lo más pronto posible, los libros de textos que a continuación se detallan y que aparecen en su catálogo:

- 20 series de lectura que comprenden: 6 libros, del 1o. al 6to. grado S/.200,00 c/serie.....	S/. 4.000,00
- 20 series de lenguaje a S/.90,00 c/serie de 4 cuadernos.....	<u>1.800,00</u>
T O T A L: Según precios de catálogo.....	S/. 5.800,00

Aplíqueme el descuento correspondiente por pago al contado; envíenme la factura y aseguren la mercancía. El pago se hará entregado-contra reembolso.

Muy Atentamente,
ESCUELA "MONTUFAR"

Dr. Julio Sempértegui
DIRECTOR

MMA.

Respuesta a pedido:

EDITORIAL "MINERVA"

10 de Agosto #12-25

Teléfono: 242-365.

-QUITO-

Marzo, 14 de 1983.

Doctor
Julio Sempértegui
DIRECTOR ESCUELA MONTUFAR
Guayaquil.

Señor Director:

Pongo a su conocimiento que las 20 series de lectura para los seis grados y las 20 series de lenguaje, se han empacado y saldrán de nuestra editorial mañana a primera hora, por vía aérea "TAME".

Estamos agradecidos por la confianza depositada en nuestros artículos. Tan pronto como tengamos nuevas series de libros le haremos llegar los catálogos correspondientes.

Por su forma de pago tendrá el descuento del 10%, por lo tanto el valor a cancelar será de S/.5.220,00. Adjuntamos la factura.

Atentamente,

Felipe Rodríguez C.,
GERENTE.
MMA.

Carta de Remesa o Pago.- Es aquella en la que se envía un cheque, letra de cambio, cheque de gerencia o giro. Esta carta continúa el ciclo normal de los negocios; después de solicitar información, de enviar un pedido y de recibirlo, es lógico que se envíe dinero cancelando su valor.

Ejemplo de carta de remesa por recibo de mercadería:

Guayaquil, marzo 16 de 1983

Señor
Felipe Rodríguez C.
PRESIDENTE EDITORIAL MINERVA
Quito.

Estimado Señor:

Adjunto remitimos el cheque #000325 del Banco Central, por la suma de S/... 5.220,00 con el cual queda saldado nuestro pedido.

Agradezco la prontitud en el envío de las mercancías, las mismas que llegaron a nuestro poder a entera satisfacción.

Nos ha causado buena impresión los textos escolares por ustedes publicados y esperamos nos den excelente resultado.

Muy Atentamente,
ESCUELA "MONTUFAR"

Dr. Julio Sempértegui
DIRECTOR

MMA.
Adj: lo indicado.

Respuesta a la carta de Remesa o Pago.- Toda carta que contenga una remesa en dinero, cheques o giros, debe ser contestada inmediatamente para que el remitente sepa que la remesa no se extravió en el correo. Al mismo tiempo se debe agradecer el envío del cheque, por haber utilizado sus servicios o por comprar su mercancía.

EDITORIAL "MINERVA"

10 de Agosto #12-25

-QUITO-

Marzo, 17 de 1983.

Señor
Julio Sempértegui
DIRECTOR ESCUELA MONTUFAR
Guayaquil.

Estimado Señor:

Muchas gracias por su cheque #000325 por S/.5.220,00 a cargo del Banco Central de esta ciudad, por cancelación de series de libros.

Tenemos seguridad que con ellos obtendrán los resultados deseados y estamos dispuestos a servirles en otra oportunidad, con la prontitud que nos caracteriza.

Muy Atentamente,

Felipe Rodríguez C.
GERENTE

MMA.

Cartas de Crédito.- Son cartas en las que se solicitan la promesa que se hace de pagar en el futuro los bienes o servicios que se le entregan. La razón para que una empresa venda a crédito es por el aumento de sus ganancias; atraen mayor número de clientes y hacen que éstos compren con frecuencia más mercadería y de la mejor calidad, debido a sus facilidades en el pago.

El crédito se extiende de acuerdo con la solvencia o reputación crediticia del cliente. Si no se conoce al futuro cliente, es conveniente solicitar información a la firma que él da como referencia.

Carta solicitando crédito para ampliación de una fábrica.

Loja, marzo 17 de 1983.

Señores
ARTEPRACTICO
Guayaquil.

Estimados Señores:

Con el fin de ampliar mi establecimiento para la venta de muebles y demás ajuares de casa, y para ello necesitamos varios artículos de su afamada industria; razón por la cual solicito se sirva abrirme un crédito por la cantidad de UN CIEN MIL SUCRES (S/.100.000,00)

Como garantía ofrezco las escrituras de la fábrica. Me comprometo a efectuar pagos de S/.20.000,00 mensuales.

Referencias sobre mi persona pueden solicitar a la firma comercial "CASABACA" de esta ciudad.

Agradeceré a Ud. tramitar este crédito a la mayor brevedad posible.

Atentamente,
CASA COMERCIAL "ROMERO"

Gabriel Romero B.
GERENTE
MMA.

Carta de solicitud de referencia:

Guayaquil, marzo 18 de 1983.

Señores
"CASABACA"
Ciudad.

Estimados Señores:

El Sr. Gabriel Romero, Gerente de la Casa Comercial "Romero" de la ciudad - de Loja, nos ha solicitado un crédito y presenta su nombre como referencia.

Por lo tanto, estaremos muy agradecidos si nos da información con respecto al tiempo que tienen Uds. de conocer y mantener relaciones comerciales con el Sr. Romero, cantidad de crédito que le han otorgado, sus costumbres en - lo referente al pago y cualquier otro detalle que considere importante.

Corresponderemos en igual forma en el momento que necesiten nuestra colaboración.

Atentamente,
ARTEPRACTICO

Jorge Merchán
GERENTE

MMA.

Carta de respuesta a solicitud de referencia;

" C A S A B A C A "
Luque 15-40 y Escobedo
GUAYAQUIL-ECUADOR

Marzo, 18 de 1983.

Señor
Jorge Merchán
GERENTE DE ARTEPRACTICO
Ciudad.

Estimado Señor Merchán:

Nos complace dar respuesta a su carta de hoy, en la cual solicita informes de crédito del Sr. Gabriel Romero.

El Sr. Romero inició negocios con nuestra firma hace más de diez años. Durante este tiempo ha comprado regularmente artículos para su casa comercial, en cantidades de hasta NOVENTA MIL SUCRES, 00/100 (S/.90,000,00), con crédito de hasta por seis meses, cancelando cabalmente todos sus compromisos, por lo tanto, es digno de entera confianza.

Esperamos que la información dada sea de gran utilidad. Les reiteramos nuestros deseos de seguir colaborando con ustedes.

Atentamente,

Rodrigo Moscoso O.
GERENTE

MMA.

Carta en la que se acepta el crédito solicitado.

Guayaquil, marzo 19 de 1983.

Señor
Gabriel Romero
CASA COMERCIAL "ROMERO"
Loja,

Estimado Señor:

Con relación a su carta del 17 del presente, en la que solicita crédito por la cantidad de UN CIEN MIL SUCRES, 00/100 (S/.100.000,00) para la compra de nuestros artículos de mueblería.

Aceptamos con mucho gusto su referencia, promesa de pago y garantía, estamos dispuestos a concederle dicho crédito, para lo cual adjuntamos un formulario a fin de que en él sean anotados sus pedidos, los mismos que serán cumplidos inmediatamente.

Atentamente,

ARTEPRACTICO

Jorge Merchán
GERENTE

MMA.

Cartas de Quejas y Reclamación.- Son emitidas por los clientes, cuando no están satisfechos con el empaque o despacho de la mercancía, cuando hay desperfectos en el producto o cuando los empleados cometen errores en los estados de cuentas. Su redacción debe ser cortés, juiciosa y razonable.

BOUTIQUE " LA ELEGANCIA "

9. de Octubre 10-13

-GUAYAQUIL=

Marzo, 19 de 1983.

Señores
Casa TOSY
Quito.

Estimados Señores:

El 25 de febrero del presente, hice un pedido de una docena de vestidos de baño marca JUGUAR, talla 12, en colores surtidos, y envié un cheque contra el Banco Central para saldar dicha cuenta.

El pedido llegó hace una semana y colocamos en exhibición un vestido color verde y otro color azul. El primero muestra marcada decoloración.

Como en la contra marca se identifica que no se decoloran con el agua ni con el sol, les devuelvo los 3 vestidos de ese color para que los examinen y los cambien por otros de colores resistentes.

Atentamente,

Josefina de Estrada

MMA.
Anexo: lo indicado.

Contestación a carta de Queja y Reclamación.

CASA " TOSY "
Av. de las Américas 15-46
QUITO-ECUADOR

Marzo, 20 de 1983.

Sra.
Josefina de Estrada.
BOUTIQUE "LA ELEGANCIA"
Guayaquil.

Estimada Señora:

Agradecemos su amable actitud al enviarnos los tres vestidos de baño decolorados para su respectiva examinación, ya que hemos encontrado el error en los colorantes que se utilizaron para teñirlos en la tonalidad verde, en realidad no resistían a la luz solar puesto que se encontraban descontinuados.

Con la adquisición de nuevos colorantes en color verde fabricaremos varios vestidos, enviaremos a más tardar hasta fin de mes.

Lamentamos profundamente este hecho eventual y le aseguramos que en lo posterior no volverá a repetirse este inconveniente.

Atentamente,

Carlos Espinoza
REPRESENTANTE
MIA.

Cartas de Cobro o Cobranza.- Es la comunicación que se envía con la finalidad de recolectar la cantidad adeudada; teniendo en cuenta que lo más importante es conservar el cliente al mismo tiempo que se solicita el pago.

Generalmente se envían las siguientes comunicaciones:

- Recordatorias de Cobro.- Faltando de 15 a 30 días para que se cumpla el plazo, Indicándole la proximidad del tiempo fijado.
- Cobro Simple.- Se envía al cliente cuando han pasado 30 días de cumplido el plazo.
- Cobranza en Serie.- Se la realiza a través de tres comunicaciones, entre las cuales se deja un tiempo de 20 a 30 días, el mismo que puede variar según la urgencia de la cobranza, la cuantía de la deuda y la categoría del deudor. Estas cartas pueden culminar con una en la que se indica al cliente que su deuda ha pasado al Departamento Jurídico.

Estas comunicaciones son necesarias en caso de clientes morosos.

Ejemplo de Recordatoria de Cobro:

Loja, enero 20 de 1983.

Señor
Juan Carlos González
Ciudad.

Estimado Cliente:

Cumplo con la obligación de comunicar a Ud. que su cuenta pendiente por la cantidad de SESENTA MIL SUCRES, 00/100 (S/.60.000,00), se cumple el-

5 de febrero del presente año.

Particular que pongo a su conocimiento para los fines consiguientes.

Atentamente,
PROCULSA CIA. LTDA.

Gustavo Orellana O.
GERENTE

MMA.

Ejemplo de carta de Cobro Simple:

Loja, marzo 24 de 1983.

Señor
Juan Carlos González
Ciudad.

Estimado Cliente:

Su cuenta pendiente con nuestra compañía se cumplió el 5 del pasado mes, dicho valor asciende a SESENTA MIL SUCRES, 00/100 (S/.60.000,00). Obligación que le encarezco se sirva cancelar.

Esperamos tener noticias suyas lo más pronto posible.

Atentamente,
PROCULSA CIA. LTDA.

Gustavo Orellana
GERENTE

MMA.

Primera carta de Cobro en Serie:

Loja, abril 10. de 1983.

Señor
Juan Carlos González
Ciudad.

Estimado Cliente:

Con la presente recuerdo a Ud. que tiene una cuenta pendiente con esta Compañía, la misma que venció el 5 de febrero del presente año, por la cantidad de SESENTA MIL SUCRES, 00/100 (S/.60.000,00).

Ruego se sirva tomar nota del particular y comunicarse con nosotros a la mayor brevedad.

Muy Atentamente,
PROCULSA CIA. LTDA

Gustavo Orellana O.
GERENTE

MMA.

Segunda Carta de Cobro en Serie:

Loja, abril 20 de 1983.

Señor
Juan Carlos González
Ciudad.

Estimado Cliente:

Nuevamente tengo que dirigirme a Ud. para manifestarle que su deuda con esta Compañía, por el valor de SESENTA MIL SUCRES, 00/100 (S/.60.000,00), se encuentra vencida desde hace dos meses.

No sé el motivo por el cual Ud. no se ha dirigido a mi persona para solucionar este asunto y espero lo haga a la mayor brevedad, puesto que esta Compañía tiene también obligaciones que cumplir con otras casas del exterior.

Atentamente,
PROCULSA CIA. LTDA.

Gustavo Orellana
GERENTE

MMA.

Tercera Carta de Cobro en Serie:

Loja, mayo 10 de 1983.

Señor
Juan Carlos González
Ciudad.

Estimado Señor:

Desde hace cuatro meses hemos venido escribiendo a usted, tratando de lograr el pago de los SESENTA MIL SUCRES, 00/100 (S/.60.000,00), comunicaciones que no han obtenido contestación.

Esta circunstancia trae como consecuencia mucha preocupación de mi parte, en tal virtud hago conocer a Ud. se digne abonar dicha cantidad en un plazo de 15 días, caso contrario me veré obligado a pasar este asunto al Departamento Legal, que tratará de resolver por el trámite judicial correspondiente.

Por favor, abone su deuda y proteja su reputación crediticia.

Atentamente,
PROCULSA CIA. LTDA.

Gustavo Orellana
GERENTE
MMA.

1.4. Correspondencia Oficial. - Es la que se refiere a personas jurídicas que administran o ejercen poder sobre una organización, sea particular, pública o que tenga relación directa con el Gobierno.

Ejemplo:

Oficio No.0003-DCN-83.

Quito, marzo 20 de 1983.

Señor
JEFE DE SECCIONES DE DIVISION TERRITORIAL
En su Despacho.

De mi consideración:

'Para su conocimiento y fines consiguientes, cúpleme transcribir a Usted el oficio No.0020 del 19 del presente, dirigido por el Señor Ingeniero de Parroquias del Municipio de Quito a este Departamento, cuyo tenor es el siguiente: "Oficio No.0020.- Quito, a 19-III-83,- Señor.- Jefe de la Oficina Nacional.- Presente.- En vista de que los pobladores de Anejo, de San Isidro Inca, pertenecientes a la Parroquia de Sambisa, se encuentran interesados en la Parroquialización de dicho lugar, agradeceré a Usted se sirva proporcionarnos datos relacionados con el número de habitantes del indicado lugar.- DIOS, PATRIA Y LIBERTAD.- f). Ing. Angel Salgado M.- Ing. de Parroquias."

Muy Atentamente,

DIOS, PATRIA Y LIBERTAD.

Hernán Cornejo Palacios
JEFE DEPARTAMENTO DE CENSO NACIONAL

MMA.

2. COMUNICACIONES BREVES.

Son comunicaciones sencillas, carentes de formulismos. Las principales son:

2.1. El Memorandum.- Se lo usa en las empresas comerciales o en instituciones de carácter público o privado, con la finalidad de recordar alguna actividad, o impartir órdenes. No tiene vocativo ni despedida.

Ejemplo:

M E M O R A N D O No. 002

PARA: AGENTE DE VENTAS
DE: GERENTE LABORATORIOS "LIFE"
ASUNTO: COMUNICASE VIAJE.
FECHA: GUAYAQUIL, MARZO 20 DE 1983.

Sírvase viajar el día 21 a la Provincia de Loja, con la finalidad de visitar las diferentes Droguerías para indicar la llegada de nuestro nuevo producto "CEFADIN".

Fausto Mora M.
GERENTE

MMA.

2.2. El Saluda.- Es un tarjetón vertical que lleva impreso en la parte superior central, el cargo o título del remitente y a continuación la palabra "SALUDA". De igual forma irá impreso en la parte inferior el nombre y el apellido de quién personaliza el envío. Se lo emplea para invitaciones, felicitaciones, etc.

Ejemplo:

<p style="text-align: center;">EL PRESIDENTE DEL GREMIO DE JOYERIAS S A L U D A</p> <p>Al Sr. Dr. Ricardo Armijos y tiene el honor de invitarle a la cena profesional que ofrecerá el próximo día viernes 25, a las 22H00, en el salón del Hotel Colón, de esta plaza.</p> <p style="text-align: center;">Dr. Fernando del Monte</p> <p>Aprovecha esta ocasión para reiterarle el testimonio de su distinguida consideración.</p> <p style="text-align: right;">Quito, marzo 22 de 1983.</p>
--

2.3. La Esquela.- Puede sustituir a El Saluda, ya que también es comunicación breve que se la emplea para invitaciones de boda, bautizo, funerales, etc.

Ejemplo:

Horacio Pesántez Fuentes
Mónica Ordóñez de Pesántez

y

Luis Monteverde Figueroa
Carmen Mera de Monteverde

Tienen el honor de invitar a Ud. (s) a la recepción -
que ofrecerán el próximo día 25 por la apertura de su
nuevo Centro Comercial, a las 20H00, en los salones de
su local situado en la Av. Amazonas No.20-15.

Quito, marzo 20 de 1983.

2.4. Avisos y Anuncios.- Son comunicaciones con las que se da noti -
cias sobre algún aspecto o circunstancia de
la Empresa, que deba ser de conocimiento general.

Ejemplo:

A V I S O

La entrega de los premios de la rifa de
los artefactos en promoción, se efectua
rá en el salón No.2 de nuestro Centro -
Comercial "GONZALEZ".

EL GERENTE

A N U N C I O

Se vende una máquina de escribir de poco uso, marca IMB, por el valor de SESENTA MIL SUCRES, 00/100 (S/.70.000,=) Puede verla en la calle Sucre #11-17. Preguntar por la Sra. Marcia de Paz.

2.5. Telegramas y Cablegramas.- Son comunicaciones urgentes que se caracterizan por su brevedad, sencillez, y por la rapidez de su entrega. En ellas se emplean las palabras imprescindibles para evitar un gasto excesivo. No se cobran las palabras que indican el destinatario, dirección y la firma.

El telegrama se envía dentro del país y los cablegramas al extranjero.

Ejemplo:

T E L E G R A M A

Comercial Fuentes
Vía Occidental 264
Quito.

NECESITAMOS CONOCIMIENTO EMBARQUE PARA DESPACHAR 63 CAJAS
ATTO. COMERCIAL TOSY.

Loja, marzo 22 de 1983.

C A B L E G R A M A

COMERCIAL MECANOGRAFICA S.A.
Ronda de la Universidad, 149.
Barcelona.

CABLEGRAFIE URGENTEMENTE PRECIOS CALIDADES MATERIAL ELEC-
TRICO INSTALACIONES SUBTERRANEAS Y FECHA ENTREGAS POR -
AVION.- ATTO. COMERCIAL TOSY.

Loja, marzo 20 de 1933.

CAPITULO 5

LA ORTOGRAFIA EN LA CORRESPONDENCIA

1. IMPORTANCIA.

Si sabemos que Ortografía es la parte de la Gramática que enseña a escribir correctamente las palabras y a emplear debidamente los signos de puntuación, comprenderemos la importancia que tiene su aplicación en la redacción de toda clase de comunicaciones.

De nada sirve que una persona tenga habilidad para el ordenamiento de sus ideas en la redacción de su correspondencia, o que conozca perfectamente la distribución de los elementos que forman o constituyen sus escritos, si carece de los conocimientos propios de la ortografía, porque la correspondencia es el alma de una empresa y son sus escritos la exteriorización de los conocimientos y versación de los ejecutivos de la misma; caso contrario, pondría en dudas al destinatario sobre el seguro éxito de sus negociaciones con un comerciante o una entidad que desconoce lo principal de su correspondencia: "La Ortografía".

2. PRINCIPALES NORMAS ORTOGRAFICAS.

Para escribir bien es necesario tener un conocimiento profundo de las reglas ortográficas; y algunas de las principales son:

Reglas para el uso de la B y V:

Se escribe con B:

- Los verbos terminados en aber, eber, bir.

Ejemplos: saber, haber, caber,
beber, deber,
escribir, sucumbir, concebir.

Excepciones: hervir, servir, vivir y precaver.

- Los infinitivos terminados en buir.

Ejemplos: Contribuir, atribuir, distribuir.

- Las palabras terminadas que comienzan por: bi, bis, biz.

Ejemplos: bisílaba, bizco, bilingüe

- Las palabras que comienzan por: bibl o con las sílabas bu, bur, bus o alb.

Ejemplos: biblioteca, bibliografía, albañil, buque, burla, busca.

Excepciones: Alvarez, alveolo, vulgo, vuelta, vuelco, vulnerar y sus derivados.

- Las terminaciones: bundo, bunda, bilidad.

Ejemplos: abunda, tremebundo, moribundo, habilidad, debilidad, posibilidad.

Excepciones: movilidad, civilidad.

- Al final de sílaba.

Ejemplos: absoluto, objeto, obtener, absoluto, absurdo.

- Antes de otra consonante.

Ejemplos: tabla, timbre, doblegar, abrazar, subyugar, subur

bio.

- En fin de palabra.

Ejemplos: nabab, club.

- Después de m.

Ejemplos: cambio, embajador, combate.

- El pretérito imperfecto del verbo ir y de todos los verbos terminados en ar.

Ejemplos: iba, ibais, llegaba, llegabais, amaba, amabais, -
etc.

- Toda palabra que empieza por: rab, rib, rob, rub.

Ejemplos: rábano, rabia, roblar, riba, ribera, rubia, rubor,
robar.

Excepciones: Rávena, ravenala, raviolos, rival.

Se escribe con V:

- Los adjetivos terminados en los sonidos: ava, ave, avo, eva, eve, evo, iva, ive, ivo.

Ejemplos: esclavo, bravo, suave, leve, activa, nativa, nuevo.

Excepciones: Arabe, con sus compuestos y derivados y los adjetivos procedentes del sustantivo sílaba como: bi
sílavos, tetrasílaba, etc.

- Las palabras que terminan en viro, vira y en ívoro, ívora.

Ejemplos: triunviro, carnívoro, herbívora.

Excepciones: vívora.

- En los pretéritos y derivados de los siguientes verbos:
andar; anduve, anduviese, etc.
tener: tuvo, tuviste, tuviese, etc.
estar: estuve, estuviésemos, estuviere, etc.
Excepto en las terminaciones: abas, abamos, abais, aban del pretérito imperfecto del indicativo.

- En los vocablos que empiezan por: vice, villa.
Ejemplos: vicerrector, vicepresidente, villavicencio, villa
rreal.
Excepciones: bi-lar (juego) y derivados.

- Después de B, D, N.
Ejemplos: obvio, adverbio, envidia.

- Después de ol:
Ejemplos: resolver, olvidar.

- En el sonido vi, seguido de vocal al iniciar una palabra.
Ejemplos: viejo, violín, viudo, etc.
Excepciones: Bién, con sus compuestos y derivados: bienestar ,
bienhechor.
Bi (que significa doble) con sus compuestos: bio-
cular, bienal.
Bid (que significa vida) y sus compuestos: biolo-
gía, bioquímica, etc.

- Las palabras que empiezan con las consonantes n, ll.
Ejemplos: nivel, nieve, lluvia, llevar, etc.

Excepciones: nube, nebulosos, robo.

Reglas para el uso de la "C", "S", "Z", "X".

Se escribe con "C":

- Las terminaciones ces que resulta de formar el plural de las palabras terminadas en z.

Ejemplos: lucces de luz; lápices de lápiz; peces de pez; -
etc.

- Los diminutivos terminados en: cito, ecito, cico, ecico, cillo, ecillo y sus correspondientes femeninos cuando proceden de palabras que no tengan s en la última sílaba, se escriben con c.

Ejemplos: cuerpecito, corazoncito, nietecita, airecillo, dolorcillo.

NOTA: Las voces que tienen s en la última sílaba la conservan en el diminutivo. Ej.: condesa, condesita; vaso, vasito.

- Las terminaciones ción de todas las palabras cuyo activo termina en tor o dor y no en sor (divisor-división; propulsor-propulsión).

Ejemplos: inventor-invención; cantor-cancción; regulador-regulación.

- Los verbos cuyo infinitivo termina en:

cer: nacer, crecer, vencer, etc.

ceder: proceder, conceder, etc.

cir: decir, lucir, etc.

cender: encender, ascender, etc.

cibir: recibir, excibir, percibir, etc.

cidir: coincidir, decidir, etc.

- Las terminaciones cía, ancia, encia, iencia.

Ejemplos: cansancio, vigilancia, paciencia, etc.

Excepciones: ansia, Hortensia.

- Los verbos con infinitivo terminados en zar cambian la c por z , antes de la letra e.

Ejemplos: organizar-organicé; esbozar-esbocé; autorizar-autoricé.

Se escribe con "S":

- Las terminaciones sión, de palabras cuyo activo termine en so , sor, sivo, sible o que tenga la letra s en la sílaba final.

Ejemplos: represor, represivo, represible, etc.

- Las palabras derivadas de aquellas que lleven dicha letra

Ejemplos: pasaje, pasillo, pasar, paseo (de paso).

- Las terminaciones esa e isa que signifiquen dignidades u oficios de mujeres.

Ejemplos: poetisa, abadesa, condesa, profetisa.

- Los adjetivos que terminan en los vocablos: osa, usa, uso, oso , eso.

Ejemplos: bondadosa, confusa, difusa, escaso, travieso, pe rezoso, etc.

- Las terminaciones ísimo, ísima, ésimo.

Ejemplos: finísimo, gratísimo, pésimo.

- Delante de las consonantes: b, d, f, g, l, m, n.

Ejemplos: asbesto, resfrío, desgraciado, disminuir, desquiciado.

Se escribe con "Z":

- En las terminaciones: ez, eza, anza de los sustantivos abstractos que indican cualidades.

Ejemplos: sencillez, fortaleza, alabanza.

- Los vocablos que terminan en: azo, aza en las terminaciones de los aumentativos.

Ejemplos: cabezaza, manaza, gotaza, etc.

- En las terminaciones zuela, zuelo, cuando indican disminución o desprecio.

Ejemplos: bribonzuelo, ladronzuelo, mujerzuela, etc.

- Los nombres patronímicos terminados en ez.

Ejemplos: Fernández, González, Sánchez.
(Fernando) (Gonzalo) (Sancho)

- Llevan z al final, los adjetivos que terminan en az y oz.

Ejemplos: antifaz, disfraz, paz, arroz, voz, capataz, etc.

Se escribe con "X":

- Las palabras compuestas que comiencen con los prefijos extra y ex, que significan "fuera de".

Ejemplos: exdiputado, expresidente
 extraordinario (fuera de lo ordinario)
 extravagante (que vaga fuera)
 extrajudicial (fuera de lo judicial)
 expulsar (hechar fuera).

No deben confundirse dichas palabras con las que a pesar de comenzar con idénticos sonidos, no llevan el significado de "fuera de", como: estrategia, estrafalario, estrangular, etc.

- Se usa ex y no es, en las palabras que comienzan con este sonido y a continuación tienen h.

Ejemplos: exhibir, exhalar, exhausto.

- Delante de las sílabas: pra, pre, pri, pro, pla, ple, pli, plo.

Ejemplos: expropiar, expresar, explayar, explícito, explorar.

Excepciones: esplénico, esplenio, esplenitis.

- Cuando el sonido de una palabra sea equivalente a cs o a gs.

Ejemplos: examen, exagonal, hexaedra.

Reglas para el uso de la "G" y "J".

Se escribe con "G":

- Las palabras que comienzan por geo.

Ejemplos: Geografía, geometría, geología, geométrico.

- Las palabras terminadas en gia, gio, gía, gío.

Ejemplos: colegio, etimología, odontología.

Excepciones: bujía, herejía, lejía, apoplejía.

- En los tiempos de los verbos que llevan esta letra en el infinitivo.

Ejemplos: registrar, agitar, gemir, vigilar.

- Las palabras que tienen al comenzar, en el centro o al final, la sílaba gen.

Ejemplos: gente, diligencia, imagen.

Excepciones: avejentar, berenjena, ajeno, Jenaro, ojén.

- Los compuestos y derivados de las voces que llevan esta letra.

Ejemplos: mágico, de magia; privilegiado, de privilegio.

- Las palabras terminadas en gésimo, gesimal, ginal, gión, ginoso, giosos, genio, géllico, gismo, etc.

Ejemplos: vigésimo, sexagesimal, original, religión, legionario, ferruginoso, religioso, fotogénico, evangélico, neologismo.

- En las formas de los verbos cuyo infinitivo termina en ger, gir y gerar.

Ejemplos: recoger, rugir, exagerar.

Excepciones: tejer, crujir, gruñir, destejer.

Se escribe con "J":

- En las palabras derivadas de otras que llevan j y en los tiempos de los verbos que llevan esa letra en el infinitivo.

Ejemplos: cajita, de caja; bajito, de bajo; rojizo, de rojo;

ejecutaron, de ejecutar.

- Las formas de los verbos en que intervengan los sonidos je, ji; si los infinitivos correspondientes no tienen ni g, ni j.

Ejemplos: aduje, de aducir; traje, de traer.

- Las combinaciones aje, eje, oje, uje, al comienzo, medio o fin de palabra.

Ejemplos: ajedrez, viajero, tejer, ejercer, deje, ojera, hojear, sujeto, conduje.

Excepciones: exagerar, proteger, tragedia, vegetar, digestión, sugerir, conyuge.

También a dichas combinaciones sigue l, n, s, tales como: flagelar, agencia, digestión, agente, agestar.

Reglas para el uso del acento:

- Los monosílabos en general no llevan tilde: fue, fui, vio, dio, pues, ti, fin, fe, Juan, dios, di.

Ejemplos: Juan se fue a Quito; él te vio cuando le dio a Carlos el dinero.

Cuando te di a ti el libro por fin te vi.

- La conjunción o lleva tilde cuando va entre números.

Ejemplos: 3 ó 4; 7 ó 9; 50 ó 20.

- Las palabras terminadas en mente, conservan su tilde, si se derivan de un adjetivo con tilde.

Ejemplos: útil, útilmente; único, únicamente, etc.

- Las palabras compuestas se acentúan sin tomar en cuenta el primer término.

Ejemplos: Riofrío, decimoséptimo.

- Las conjugaciones verbales con tilde conservan ésta si se les añade un pronombre enclítico.

Ejemplos: pidió, pidióle; sirvió, sirvióse, sirvióme; etc.

- Los infinitivos terminados en uir, no llevan tilde.

Ejemplos: contribuir, atribuir, distribuir.

- En los compuestos de dos o más adjetivos unidos con guión, cada uno conservará su tilde que le corresponde.

Ejemplos: histórico - geográfico; político - económico.

- Los vocablos agudos terminados en: ay, ey, oy, uy, se escriben sin tilde.

Ejemplos: caray, buey, virrey, Uruguay.

3. EJEMPLOS CON APLICACION A LAS NORMAS:

"B"

- Recuerda: "Hay que aprender para saber"
- Juan debe contribuir con nosotros.
- María Isabel será próximamente Secretaria Ejecutiva.
- Esta tarde visitaré la Biblioteca.
- Por tu debilidad, no es posible tu salvación.
- Siempre serás objeto de burla por tu proceder.
- El baile del Club, resultó espléndido.

- Para la construcción del establo, todos los alumnos colaboraron con una tabla.
- Con el alza del combustible la vida tendrá un costo mayor.
- Todos los estudiantes iban a la reunión.

"V"

- Mónica irá a la fiesta con su nuevo traje.
- El perro es un animal carnívoro y la vaca herbívora.
- Alejandro anduvo mucho, pero al fin tuvo la oportunidad de verte.
- El Vicepresidente habló con el Vicerrector en la villa blanca.
- Es obvio, que la envidia es la causa de muchos problemas.
- Antes de olvidarnos del problema, hay que resolverlo ahora mismo.
- Dicen que la viuda que se presentó con el violín fue la mujer más joven.
- Susana se encuentra en el segundo nivel de Inglés.
- Fabiola resolvió su problema satisfactoriamente.
- Los países árabes celebraron una convención.

"C"

- Los peces viven en el agua.
- Los lápices sirven para escribir.
- He tenido un dolorcillo de cabeza.
- Mi nietecita cosió el bolsillo de mi saco.
- La elevación del costo de la vida ha sido grande.
- Esta fue la canción del año.
- Ese traje lo luciré en el próximo baile.
- Hay que saber proceder para sentirse tranquila.

- Al policía se le agotó la paciencia.
- Te distingues por tu exigencia en el trabajo.
- Te autoricé salir con permiso este fin de semana.

"S"

- La expresión de un gran recurso para los buenos oradores.
- La división del terreno no fue exacta.
- Al cruzar por aquí pasillo siento terror.
- Aquella señora es poetisa.
- Marquesa y Condesa son títulos nobiliarios.
- Debemos ser generosos con los pobres.
- Juan es un pésimo jugador de ajedrez.
- Este es un saco finísimo.
- Los canadienses son originarios del Canadá.

"Z"

- Su sencillez y nobleza son dignas de alabanza.
- Siempre te distingues por tu fortaleza.
- Mi hermano Felipe es ya un hombrazo.
- El ladronzuelo fue apresado esta tarde.
- El Sr. Fernández será elegido presidente.
- Maura Sánchez fue becada a Rusia.
- El ciclista veloz recorrió 10 Km. en 12'.
- Conozco desde hace varios años a tu hermana.
- El capataz se llevó el disfraz de tu hermana.

"X"

- Me enteré extraoficialmente de que un exdelegado iba a ser nombrado Senador.

- Es extraordinario el traje que llevas hoy.
- El pintor está exhibiendo sus cuadros.
- Hoy exhumarán el cadáver de tu hijo.
- Tú eres bueno para exhortar.
- El Gobierno expropió unos terrenos de mi pueblo.
- El profesor no quiso explicar nuevamente la clase.
- No trates de explotar al humilde.
- El hexágono es un polígono de seis lados.
- Los exámenes fueron suspendidos.

"G"

- La Geografía describe la tierra.
- La Geología estudia las materias que comprenden el globo terrestre.
- El Colegio fue mi segundo hogar.
- La Ornitología trata del estudio de las aves.
- Es necesario vigilar a los alumnos en los exámenes.
- El agente visitó al médico con diligencia.
- La gente del campo es buena.
- He tenido el privilegio de conocerte.
- Esta región es la de mayor población.
- Eligiremos el carro que más te guste.

"J"

- En la cajita de madera encontré una baraja.
- Debes ejecutar el pago lo más pronto.
- Susana es buena para charlar muy bajito.
- Traje manzanas para tí.
- Hoy será el campeonato de ajedrez.

- Es tiempo de ejercer mi profesión.
- Este es el sujeto detenido en la mañana.
- El agente viajero falleció el día de ayer.
- El mensajero trajo buenas noticias.
- Siempre serás mi consejero.

Uso de la Tilde:

- Di a Juan un recuerdo de mi infancia.
- Cuántos helados deseas, 3 ó 4?
- Una de las calles de la ciudad de Loja es la Miguel Riofrío.
- Inútilmente se celebró el concurso.
- El sonreír no cuesta mucho y halaga al pobre.
- Hay que oír bien para luego comentar.
- Debes contribuir en lo prometido.
- Emilio tiene que construir una represa.
- Siempre debes comportarte cortésmente.
- Los estudiantes saltan ágilmente.

4. LA ACENTUACION EN LAS PALABRAS HOMONIMAS.

Llamamos HOMONIMAS a las palabras que se escriben igual, pero tienen diferente oficio gramatical. Su acentuación se llama diacrítica, porque determina la función gramatical de la palabra. Son las siguientes:

- Aún: Se acentúa cuando puede suprimirse por todavía. No se acentúa cuando equivale a también, hasta, ni siquiera.

Ejemplos:

Aún no lo sé.

Aún no vienes a clase.

Aun los sordos oyeron.

Aun los niños irán a la guerra.

- Sólo: Se acentúa cuando equivale a sólomente, adverbio. No se acentúa cuando es adjetivo o sustantivo.

Ejemplos:

Sólo deseo tres libros.

Sólo anhele estar contigo.

Iré solo al campo.

Tocó un solo.

- Más: Se acentúa cuando es adverbio de cantidad. No lleva tilde cuando es conjunción y puede cambiarse por "pero".

Ejemplos:

Por favor, vuelve lo más pronto.

Te daré más dinero del que esperas.

Le avisé, mas no vino.

Estudió, mas falló en el examen.

- Dé: Con tilde cuando es tiempo del verbo dar. Sin tilde es preposición.

Ejemplos:

No le dé dinero.

Sólo dé lo que conviene.

Blanca compró una mesa de madera.

Daré el examen de física.

- Sé: Con tilde cuando es tiempo de los verbos saber y ser. No lleva cuando es variante de pronombre.

Ejemplos:

Sé siempre bueno y honrado.

Yo sé la lección de Geografía.

El se irá mañana mismo a Guayaquil.

Maura no se siente bien últimamente.

- Té: Lleva tilde cuando indica el nombre de esa planta. Sin tilde cuando es pronombre o nombre de la letra "T".

Ejemplos:

Me gusta el té caliente.

Juan te avisó que viajará mañana?

Te iré a visitar en la tarde.

- Por qué, qué, cuál, quién, cuán, cuándo, cuánto, cómo, dónde:

Llevan tilde cuando son pronombres interrogativos y admirativos y las palabras que sirven para el efecto. No se acentúan en todos los demás casos y usos.

Ejemplos:

¿Qué haces aquí?

¿Cómo te llamas?

Es necesario que vuelvas, tu madre está mal.

El taxista te llevará donde tú lo indiques.

- él, mí tú: Se acentúan cuando son pronombres personales. No llevan tilde siendo pronombres adjetivados, artículos o mi, nota musical.

Ejemplos:

Es verdad, él es muy educado.

Ten siempre fe en mí.

Deseas el cuaderno?

Esta es mi casa, por favor entra.

- éste, ésta, ése, ésa, aquél, aquélla y sus plurales: Se acentúan -
si son pronombres personales. No se acentúan si pueden ser -
sustituidos por el artículo .

Ejemplos:

El equipo ganador es éste.

El no es el culpable, sino ése.

Todo ésto es mío.

Viajaré este mes.

Me gusta mucho ese color.

Esta casa es blanca.

CAPITULO 6

ABREVIATURAS Y SIGLAS

1. DEFINICION DE ABREVIATURAS:

Son las representaciones de una palabra por medio de su primera letra, sólo o con otras más, van seguidas de punto. En la actualidad se acostumbra abreviar las palabras con las primeras letras (2 ó 3 por lo general) seguidas de punto.

Se usan para ahorrar tiempo y espacio, especialmente en la vida comercial, en pedidos, facturas, instrucciones de embarque y en algunos casos en las cartas. Debiéndose tomar en consideración lo siguiente:

- No conviene excederse en el uso de ellas porque puede restar claridad.
- Deben usarse las abreviaturas de mayor comprensión y conocimiento.
- Es más recomendable usarlas en la carta corriente, ya que en la carta de más importancia y trascendencia debe llevar menos abreviaturas para asegurar su claridad, precisión y exactitud.

2. ABREVIATURAS DE MAYOR USO EN LA CORRESPONDENCIA COMERCIAL:

- A -

a.	área
a/c.	a cargo
a/cta.	a cuenta
Admón.	Administración
Admor.	Administrador.

a/f.	a favor
a/v.	a la vista
afmo.	afectícimo
ant.	anterior
art.	artículo
adj.	adjetivo, adjunto
atto.	atento
atte.	atentamente
Apdo.	apartado
Av.	avenida
- B -	
B/. Bco.	Banco
b/.	bulto
brls.	barriles
b°	beneficio
b/m.	buque motor
Bod.	bodega
- C -	
c/.	cargo, cuenta
c/a.	cuenta abierta
c/c.	cuenta corriente
c/u.	cada uno
Cía.	Compañía
Cía. en C.	Compañía en comandita
cta.	cuenta
cte.	corriente
cm.	centímetros

c/d.	con descuento
c/n.	cuenta nueva
Créd.	Crédito
c/l.	curso legal
c/o/.	contra orden
ctvs.	centavos
ctdo.	contado

- D -

D.	don
Dña.	doña
Srta.	señorita
Sra.	señora
Dr.	doctor
d°	daño, derecho
d/f.	días fecha
d/p.	días plazo
d/v.	días vista
d/c.	dinero contante
doc°	documento
dto. desc.	descuento
D.F.	Distrito Federal
Dg.	decagramo
dg.	decigramo
doc.	docena
dupl.	duplicado

- E -

E/.	efecto
-----	--------



E/a cob.	efectos a cobro
E/a neg.	efectos a negociar
E/a pag.	efectos a pagar
Efvo.	efectivo
emb.	embarque
et.	etcétera
esc.	escudo
excmo.	excelentísimo
e/c.	en cuenta

- F -

F. C.	Ferrocarril
FF.CC.	Ferrocarriles
F.P.	Fondo Público
fcha.; f.	fecha
fol.	folio
fra.	factura

- G -

g.	giro
gr.	gramo
gtos. com.	gastos comerciales
gtos. gles.	gastos generales
g. pl.	giro postal
gsa.	gruesa
G° grdo.	grado (s)
g. y p.	ganancia y pérdida

- I -

imp°	impuesto
imp.	importe
int.	interés
id.	idem (el o lo mismo)
Ilmo.	Ilustrísimo
Inv.	inventario

- K -

Kg.	kilogramo
Kl.	kilolitro
Km.	kilómetro

- L -

L.C.; L/C.	letra de cambio
lb.	libra
Lib.	libro
L., l.	letra
Ltda.	limitada
Liq.	liquidación

- M -

m.	metro
merc.	mercancía, mercadería
mm.	milímetro
m/cgo.	mi cargo
m/cta.	mi cuenta
m/f.	meses fecha
m/fr.	mi favor

m/fra.	mi factura
m/g.	mi giro
m/L.	mi letra
m/o.	mi orden
m/p.	meses plazo
m/r.	mi remesa
m/v.	meses vista

- N -

n° Núm.	número
n/cgo.	nuestro cargo
n/cta.	nuestra cuenta
n/fr.	nuestro favor
n/g.	nuestro giro
n/o.	nuestra orden
n/r.	nuestra remesa
negn.	negociación
Ntra. Ntro.	nuestra, nuestro.

- O -

o/.	orden
O.K.	bien, de acuerdo
o/z., on.	onza
orgl.	original

- P -

P/.	Pagaré
P.A.	por ausencia
pág.	página

P.D.	postdata
p. ejem.	por ejemplo
p/o.	por orden
p/cta.	por cuenta
p. p/.	porte pagado
p. pdo.	próximo pasado
pral.	principal
ptas.	pesetas
pte.	presente
Pto.	Puerto
Pérd/Gan.	Pérdidas y Ganancias

- Q -

Q.	quintal
qq.	quintales
Qm.	quintal métrico

- R -

r/.	registro
r°	reservado
rem.	remesa
R.P.	respuesta pagada
Rev.; Revdo.	reverendo

- S -

s/cta.	su cuenta
s/cgo.	su cargo
s/ch.	su cheque
s/fr.	su favor

s/fra.	su factura
s/g.	su giro
s/L.	su letra
s/o.	su orden
s/v.	su valor
S.A.	Sociedad Anónima
S. en C.	Sociedad en comandita

- T -

T.	tarea,
Ton.	tonelada
t.	telegrama
Tm.	Tonelada métrica
t/f.	transporte franco

- U -

Ud.; ud.	Usted
últ.	último

- V -

v.	valor
V.A.	vía aérea
V° B° Vto. Bno.	Visto Bueno
val/.	válido
vol.	volúmen
v.c.	vuelta correo
vta.	vista

3. DEFINICION DE SIGLAS.

Siglas son letras que abrevian una frase, por lo general un título; están formadas por las letras iniciales de cada palabra que forma la frase.

Es una tendencia muy utilizada en la actualidad. Todas sus letras deben escribirse en mayúsculas y pueden ir con punto o sin él.

4. SIGNIFICADO DE ALGUNAS SIGLAS:

BEDE	Banco de Desarrollo del Ecuador
BEV	Banco Ecuatoriano de la Vivienda
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CAMEL	Compañía Anónima Molinera Enciladora Lojana
CEDOC	Centro Ecuatoriano de Organizaciones Clasistas
CONADE	Consejo Nacional de Desarrollo
CREA	Centro de Reconversión Económica del Azuay
C.R.M.	Centro de Rehabilitación de Manabí.
C.T.E.	Central de Trabajadores Ecuatorianos
CEPE	Cooperación Estatal Petrolera Ecuatoriana
COMPROLACSA	Cía. de Productos lácteos, Sociedad Anónima
CENDES	Centro de Desarrollo Social
COSURCA	Constructora del Sur, Cía. Anónima
CITAL	Cía. Interprovincial de Transportes Asociados Lojanos.
CATER	Centro Andino de Tecnología Rural

DECE	Departamento Construcciones Escolares
DINAC	Dirección Nacional de Avalúos y Catástros
DINACE	Dirección Nacional de Construcciones Escolares
DINADER	Dirección Nacional de Deportes y Recreación
EERSSA	Empresa Eléctrica Regional del Sur, Sociedad-Anónima.
EMAP	Empresa Municipal de Agua Potable
ENAC	Empresa Nacional de Almacenamiento y Comercialización.
ENPROVIT	Empresa Nacional de Productos Vitales
FENAPI	Federación Nacional de Pequeñas Industrias del Ecuador.
FEUE	Federación de Estudiantes Universitarios del Ecuador.
FONAPRE	Fondo Nacional de Preinversión
FODERUMA	Fondo de Desarrollo Rural Marginal
IERAC	Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización.
INAPESA	Industria Nacional de Productos Embutidos, Sociedad Anónima.
INE	Instituto Nacional de Especerías
INECEL	Instituto Ecuatoriano de Electrificación.
INGALA	Instituto Nacional Galápagos
INIAP	Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias.
IEOS	Instituto Ecuatoriano de Obras Sanitarias.

IESS	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
IETEL	Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones
ILELSA	Industria licorera Lojana, Sociedad Anónima
JUNAPLA	Junta Nacional de Planificación
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería
MICEI	Ministerio de Industrias, Comercio e Integración.
M.O.P	Ministerio de Obras Públicas
O.E.A.	Organización de Estados Americanos
O.N.U.	Organización de las Naciones Unidas
O.T.A.N.	Organización del Atlántico Norte.
O.P.E.P.	Organización de países exportadores de petróleo.
PREDESUR	Programa Regional para Desarrollo del Sur del Ecuador.
R.A.U.	República Árabe Unida.
SECAP	Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional.
SNALME	Servicio Nacional de Almacén y Materias Escolares.
SENDIP	Secretaría Nacional de Información Pública
SOLCA	Sociedad de lucha contra el cáncer.
TRANNAVE	Transportes Navales Ecuatorianos

U.N.E.S.C.O.	Organización de Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
UNAM.	Universidad Autónoma de México.
U.N.E.	Unión Nacional de Educadores
U.S.A.	Estados Unidos de América.
U.R.S.S.	Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

Es indispensable el cuidado que debe tener una Secretaria en la presentación y en el contexto de una carta, ya sea de índole familiar o comercial, puesto que, en ellas está reflejada su personalidad y sus conocimientos.

Además una carta debidamente redactada dice también de la buena dirección y por lo tanto, del prestigio de la empresa.

RECOMENDACIONES:

- Me gustaría indicar a todas las personas que se inician en la carrera de Secretariado, que desde un comienzo se dediquen al estudio y estructuración de la carta, a fin de que, cuando se enfrenten en una oficina a poner en práctica sus conocimientos puedan desenvolverse con facilidad y responsabilidad, teniendo siempre la seguridad de que el trabajo realizado está correcto.
- Como cada día, el mundo de los negocios sigue adquiriendo términos modernos, es recomendable seguirse preparando, ya sea por métodos modernos o asistiendo a cursos ilustrativos, en donde podemos ampliar nuestros conocimientos.
- En caso de que tengamos duda con respecto a la escritura de una palabra, es preferible buscarla directamente en un diccionario, no preguntar a nadie y así la recordaremos con mayor exactitud.



B I B L I O G R A F I A

1. Añorga Larralde Joaquín, CORESPONDENCIA COMERCIAL, New - York, N.Y. (1978).
2. Castillo Ediciones, S.A., FUNDAMENTOS DE CORRESPONDENCIA COMERCIAL, 1era. edición, Madrid-España (1979).
3. Chamberlain Paúl J., MANUAL DE LA SECRETARIA, Tomos: 1, 2, 3, 4., edición Nauta S.A., Barcelona (1981).
4. Doris Lilian y Miller May, Besse, MANUAL COMPLETO DE LA - SECRETARIA, 3ra. edición, México (1980).
5. García Martín José Carlos, CORRESPONDENCIA COMERCIAL, 1ra. edición, México (1979).
6. Idrovo Aguilar Leticia, CURSO TEORICO PRACTICO DE REDAC- CION COMERCIAL, Cuenca-Ecuador (1978).
7. Ingoldsby Patricia, Focarino Joseph, LA SECRETARIA A NI VEL EJECUTIVO, México (1970).
8. Iñiguez Dueñas Beatriz, CURSO BASICO DE CORRESPONDENCIA, Cartagena-Colombia, (1979).
9. McMillan Elizabeth, CURSO COMPLETO "LA SECRETARIA EJECU- TIVA MODERNA", Barcelona-España, volúmenes (1,2), (1981).

10. Susaeta Ediciones, CURSO TEORICO PRACTICO DE ORTOGRAFIA, Medellín - Colombia (1980).

FUENTES DE INFORMACION:

1. Dirección Nacional de Personal, Curso dictado sobre SECRETARIADO Y ARCHIVO, "Ortografía y Redacción", Loja, (octubre 1981).
2. Escalente Marco V. Lic., Revistas SECRETARIAS, números: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7. , Quito-Ecuador (1980).
3. Moreno María Eugenia, Revistas "SECRETARIAS", edición especial No.5, (1975).
4. SECAP, Curso sobre "SECRETARIADO EJECUTIVO MODERNO", Loja, (enero 1983).

I N D I C E

	Pág.
CERTIFICACION	ii
OPINIONES	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ESQUEMA DE PRESENTACION	vi
INTRODUCCION	vii
CAPITULO 1.	
LA CARTA COMERCIAL:	
- Definición.- Importancia y Evolución de la Correspondencia	1
- Elementos que intervienen en la correspondencia.	3
- Cualidades	4
CAPITULO 2.	
MECANICA DE LA CARTA COMERCIAL.	
- Partes de que consta la carta	8
- Diseños de cartas comerciales	19
- Ejemplos con aplicación a los mismos.	24
- Los márgenes.- El sobre.	31
CAPITULO 3.	



Pág.

CAPITULO 3.

EL REDACTADO COMERCIAL.

- Preparación Metódica de la carta.	35
- Sugerencias para una mejor redacción	37
- Técnicas para un mejor principio y cierre de cartas	38
- Terminología Comercial	39

CAPITULO 4.

CLASES O TIPOS COMUNES DE COMUNICACIONES.

- Correspondencia Privada	42
- Correspondencia Social:	43
. Cartas de felicitación	44
. Cartas de agradecimiento	45
. Cartas de Invitación	46
. Cartas de aceptación	47
. Cartas de excusa	48
. Cartas de condolencia	49
. Cartas de Solicitud de empleo	50
. Cartas de presentación y recomendación	52
- Correspondencia Comercial:	53
. Cartas circulares	54
. Cartas de pedido	57
. Cartas de remesa o pago	61
. Cartas de crédito	63
. Cartas de quejas y reclamación	67

	Pág.
. Cartas de cobro o cobranza	69
- Correspondencia Oficial.	74
- Comunicaciones Breves:	
. Memorandum	75
. Saluda y Esquela	76
. Avisos y Anuncios	77
. Telegramas y Cablegramas	78

CAPITULO 5.

LA ORTOGRAFIA EN LA CORRESPONDENCIA.

- Importancia.- Principales Normas Ortográficas.	80
- Ejemplos con aplicación a las normas.	90
- La Acentuación en las palabras Homónimas.	94

CAPITULO 6.

- Abreviaturas.	98
- Siglas	106

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA.