



Universidad Técnica Particular de Loja
BIBLIOTECA GENERAL

Revisado el 81-11-05

Valor \$200:

Nó Clasificación 1981 R 457 SE. 1
DONACION



651 x 130

651
Correspondencia comercial
Comunicaciones

651.75
651.



**UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR
DE LOJA**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

ESCUELA DE SECRETARIADO EJECUTIVO

MONOGRAFIA DE GRADO PREVIA A LA
OBTENCION DEL TITULO DE
SECRETARIA EJECUTIVA

**CORRESPONDENCIA
COMERCIAL Y OFICIAL**

CECILIA REYES VELEZ

Directora: Sra.
TERESA TOSCANO DE R.

LOJA—ECUADOR

1981



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>

Septiembre, 2017

Sra. Teresa Toscano de Román,
Certifica haber revisado ésta
Monografía, en calidad de Di-
rectora, por lo que autoriza
su presentación y sustenta-
ción.

Directora
1961



1961

Las opiniones y conceptos ex
puestos en la presente Mono-
grafía, son de responsabili-
dad de su autora.

Loja, julio de 1981

Cecilia Reyes V.
Cecilia Reyes Vélez

AGRADECIMIENTO

Deseo dejar constancia de mi profundo agradecimiento a todos quienes fueron mis Profesores durante mi carrera Universitaria, así como a los Directivos de la Universidad Técnica Particular de Loja ya que gracias a ellos se hizo realidad la Escuela de Secretariado Ejecutivo en nuestra ciudad.

A mis padres
y hermanos.

I N D I C E

=====

	Pág.
Introducción	1
 CAPITULO I.- GENERALIDADES	
1.1. Concepto de Correspondencia en General	4
1.2. Diversos estilos	5
1.3. Relación Histórica	6
1.4. Eficacia en la Correspondencia	10
 CAPITULO II.- CLASIFICACION DE LA CORRESPONDENCIA GENERAL	
2.1. Clasificación de la correspondencia en cuanto a su destino	12
2.2. Subdivisión de la correspondencia privada	13
2.3. Clasificación de la Correspondencia en cuanto a su contenido	15
2.4. Clasificación de la correspondencia por su tramitación	15
2.5. Clasificación de la correspondencia por su extensión	16
2.6. Clasificación de la correspondencia por su puntuación	17
2.7. Clasificación de la correspondencia por su forma	19
 CAPITULO III.- CORRESPONDENCIA COMERCIAL	
3.1. Generalidades	20
3.2. Propósito de la Correspondencia Comercial	22



3.3. La Carta y sobre comercial	22
3.3.1. Principales estilos de Cartas Sobres	66
3.3.2. Principales grupos de Cartas Comerciales	85

CAPITULO IV.- CORRESPONDENCIA OFICIAL

4.1. Generalidades	93
4.2. Aspecto Formal	93
4.3. Aspecto Gramatical	95
4.4. Aspecto Moral	95
4.5. El estilo	95
4.6. El Oficio	96
4.6.1. Concepto	96
4.6.2. Características	96
4.6.3. Partes de que consta	97

CAPITULO V.- COMUNICACIONES UTILIZADAS EN EL COMERCIO

5.1. Comunicaciones interiores de la Empresa	102
5.1.1. Clasificación	102
5.2. Comunicaciones Urgentes	109
5.2.1. Concepto	109
5.2.2. Clases	113
5.2.2.1. Telegrama	113
5.2.2.2. Radiograma	114
5.2.2.3. Cablegrama	114
5.2.2.4. Carta Nocturna	115
5.2.2.5. Télex	116
Conclusiones y Recomendaciones	117
Bibliografía	119

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

=====

Si bien es cierto que servicios postales o correos existieron en la antigüedad, la correspondencia mediante el envío de cartas, y más aún la de carácter comercial, requirió el transcurso de muchos siglos para ponerse en uso y alcanzar la importancia que tiene en nuestros días.

Porque los correos de la antigüedad prácticamente reservados al servicio del Estado, antes de la invención de la escritura y la utilización para ello de materiales fácilmente transportables (el pergamino, el papiro y el papel), llevaban y traían verbalmente noticias y órdenes oficiales, mientras los particulares tenían que servirse para sus asuntos de sus propios esclavos, mercaderes que viajaban, y de otras posibilidades que les surgieran ocasionalmente.

Así ocurrió entre Asirios y Babilonios y en la China visitada por Marco Polo, quien nos ha dejado interesantes noticias al respecto; así acontecía en el incario con sus eficientes "chasquis", rápidos correos - que llevaban mensajes verbales y transportaban pequeñas cargas sobre sus hombros, turnándose regularmente para que, por ejemplo, el inca pudiera comer en el Cuzco pescado fresco que desde la costa era llevado por elbs.

En la Europa medieval los correos fueron organizados por los monarcas, por el Papado y por los Monasterios, mientras los particulares continuaban confiando su correspondencia a viajeros, peregrinos y mercaderes. Más tarde, hacia el siglo XIII, tuvieron también correos propios -

griegos y romanos, y que se empleó incluso en la Segunda Guerra Mundial, especialmente por unidades militares aisladas.

Me referiré, pues, luego de estas líneas introductorias que he considerado necesarias y oportunas, a hablar sobre algunos aspectos de la Correspondencia Comercial y Oficial, que he escogido para desarrollar - en ésta Monografía.

GENERALIDADES

=====

1.1.- CONCEPTO DE CORRESPONDENCIA GENERAL.

Desde el punto de vista etimológico, la palabra correspondencia - significa "acción y efecto de corresponder o corresponderse"; y corresponder significa "pagar con igualdad, relativa y proporcionalmente, afecto - beneficios o agasajos". Cuando escribimos una carta a una persona, esta nos "corresponde" contestándonos en igual forma con otra carta: se dice que entre los dos hay "correspondencia".

En el uso común, las comunicaciones que se cruzan entre sí las personas, cualquiera sea su contenido reciben, en términos generales, la denominación de cartas.

La correspondencia es la actividad relativa al intercambio de papeles, cartas, telegramas, esquelas, tarjetas, muestras, paquetes, periódicos, bultos, placas y cintas impresas, catálogos, etc. De donde se infiere que la carta no es sino uno de los medios (el más importante y generalizado) de que se vale el hombre para comunicarse por escrito con sus semejantes, pero ella no es toda la correspondencia.

En el lenguaje vulgar, correspondencia y carta son vocablos sinónimos, a tal punto que la aplicación de aquel término es muy frecuente y común para hacer referencia particularmente a las cartas. Por eso son muy corrientes expresiones como las de "recibí correspondencia", "envié correspondencia", "voy al correo a poner esta correspondencia", etc. cuando en

realidad de lo que se trata es únicamente de cartas. Más no hay que olvidar que la correspondencia es el género, y la carta la especie. En otras palabras, toda carta es correspondencia, pero no toda correspondencia es carta.

1.2.- DIVERSOS ESTILOS.

Podemos afirmar que cada una de las especialidades intelectuales o estados psicológicos del hombre en sus manifestaciones escritas a otras personas crea un nuevo estilo de correspondencia.

- a) Literario: Entre poetas y prosistas con motivo de sus producciones afectivas. Las cartas que la chilena Gabriela Mistral - envía a Pablo Neruda comentando sus últimas creaciones poéticas, es ejemplo vivo de este género de correspondencia.
- b) Científico: Tendría lugar sobre problemas de las ciencias. Por ejemplo la correspondencia cruzada entre Albert Einstein y J. Curie comentando nuevas teorías atómicas.
- c) Familiar: Reviste todas las características propias de las relaciones entre parientes. El caso del hijo que estudia en el exterior y escribe a su padre informándole del éxito de sus estudios y del estado de su salud, nos brinda un ejemplo del estilo familiar.
- d) Oficial: Entre los diversos departamentos gubernamentales. Por ejemplo, la carta que el Ministerio de Gobierno envía al Director de Correos sobre asuntos de su cargo.
- e) Diplomático: Puesto en práctica entre los diversos Estados y sus respectivos representantes, con amplio contenido de fórmulas protocolares. La invitación para una fiesta de independencia o la convocatoria a una reunión de Cancilleres son ejemplos de este gé-



nero de correspondencia.

f) Comercial: El que se desenvuelve entre las personas o entidades que se dedican a tales actividades. Por ejemplo una carta entre la Fábrica de artefactos eléctricos Durex y una persona particular o algún almacén que tenga en venta estos artículos.

1.3.- RELACION HISTORICA.

En la historia de la correspondencia encontramos una época, la más antigua, en la que el hombre no podía dejar huellas de su pensamiento por no saber "dibujar la palabra".

El nacimiento de la correspondencia está obligado a la facultad de imprimir con rasgos o dibujos el pensamiento del hombre. De suerte que el proceso de la correspondencia sigue el mismo camino de la aparición de la escritura.

Se ha determinado la existencia de los jeroglíficos y de la escritura llamada ideográfica (figuras o dibujos que reproducían la cosa objeto de la expresión), desde tiempos inmemoriales. Fue el pueblo fenicio a quien correspondió la gloria de haber producido una de las creaciones más ingeniosas de todos los siglos: la de los caracteres alfabéticos, como una perfección de los jeroglíficos, simplificados grandemente por los sacerdotes egipcios.

El primer alfabeto fenicio fue ampliado por los griegos con la inclusión de la vocales, cerca de siete siglos antes de nuestra era. De él derivan todos los demás alfabetos conocidos, siempre adaptados a la idiosincracia de cada raza.

La escritura, en cuanto a su dirección o sentido, no es uniforme en todos los pueblos. Así tenemos que mientras nosotros lo hacemos en sentido horizontal, de izquierda a derecha, los chinos lo hacen de arriba - hacia abajo, perpendicularmente, y los sirios, fenicios, caldeos, egipcios, hebreos y griegos primitivos, también en sentido horizontal, pero de derecha a izquierda.

La reproducción oral de lo escrito sufrió un enorme retardo en cuanto a la claridad de las ideas, hasta que Aristófanes de Bizancio, unos - doscientos sesenta años antes de Jesucristo, inventó la puntuación, con lo cual facilitó la lectura.

Sin embargo, la aparición de la carta, como la concebimos en la actualidad, no coincidió con la forma de escritura mencionada, pues la - transmisión de mensajes como una necesidad de expansión del espíritu humano, es de época muy anterior, para lo cual, como quedó dicho, el hombre se valía de los caracteres ideográficos que estaban a su alcance.

Como instrumento primitivo para la impresión de los mensajes, el hombre contó con tabletas de arcilla, como consta en algunas "cartas" de más de cuatro mil años y de los siglos XV y XIV antes de Jesucristo.

Las misivas eran ya un medio rutinario entre los romanos, tres siglos antes de nuestra era y, posteriormente, entre aquellos y los pueblos conquistados, especialmente en el reinado de César Augusto. Para esta época el medio empleado eran tabletas cuadradas de madera, recubiertas de cera, sobre las cuales se escribía con un punzón o estilete, de donde - viene la palabra estilo. Este procedimiento estuvo en uso hasta fines de la Edad Media.

Posteriormente, hasta el siglo VI de nuestra era, se utilizó el pa piro, fabricado con el tallo de la planta del mismo nombre que había en Egipto a orillas del Nilo. Más tarde al introducirse su cultivo en Sicilia, se usó de nuevo el papiro en la Edad Media, particularmente en Francia e Italia.

Después, con la aparición del pergamino, el uso del papiro fue aban donándose poco a poco. El pergamino, fabricado con pieles de cabra, - carnero o ternera, era más flexible y resistente, su producción fue casi exclusiva de los monasterios hasta el siglo XIII. Ambos materiales, al ser utilizados con mensajes, se remitían en forma de rollos. Todavía en la actualidad (si bien fabricado con materiales de diversa procedencia), se utiliza el pergamino para títulos académicos, acuerdos, etc., los cuales son entregados en la misma forma de rollos, como en la anti guedad.

Un acontecimiento de singular importancia, no sólo en lo referente a la correspondencia, sino en la expresión del pensamiento en general, lo constituyó indudablemente la introducción del papel en Europa, a fines del siglo VIII, por los árabes, quienes a su vez lo habían aprendido a fabricar de los chinos. Su uso entre los cristianos sólo empezó - en el siglo XIII, con cartas de tamaño un poco grande; a partir de esta época, las dimensiones han venido reduciéndose a la medida del que actualmente conocemos.

La correspondencia adquirió suma importancia en la Edad Media, debido al desarrollo de la civilización y del auge del comercio. En los tiempos primitivos la correspondencia estuvo reducida a muy escasas car tas, sobre todo por la dificultad del transporte y la ninguna necesidad

de intercambiar ideas.

El progreso de esta actividad de la inteligencia humana, ha marchado parejo con el progreso de la civilización, y así se vé como pueblos - que avanzaban en su cultura, como Grecia y Roma, desarrollaron ampliamente las relaciones epistolares, hasta que, con la invasión de los bárbaros, estas relaciones sufrieron un brusco descenso. En los museos europeos se conservan abundantes misivas en papiros sobre asuntos de carácter particular e intranscendentes, que datan de los doscientos años anteriores y posteriores al advenimiento de la era cristiana.

Hasta el siglo XIV la correspondencia fue casi privilegio de los monjes. Ya en el siglo XV, con los largos viajes de los mercaderes, marinos, soldados y colonizadores de nuevas regiones terrestres; con la creación de Universidades a donde acudían estudiantes de diversas partes lejanas, así como debido a los inventos y descubrimientos de la época, - la correspondencia particular, comercial y literaria, alcanzó gran desarrollo y difusión.

Del siglo V al XIV de nuestra era, la correspondencia se ve más uniforme en su contenido, pues los monjes aunque refiriéndose a temas de diversa índole, hacían prevalecer las cuestiones religiosas.

El paso de la Edad Media a la Moderna está caracterizado por el cambio brusco de las relaciones epistolares. Todo suceso, de la clase que fuese, era trasladado a la correspondencia; cualquier motivo daba pie para una carta, hasta los más insignificantes, al extremo de que en el siglo XVI "se llega a tomar la pluma con el simple fin de dar señales de vida, aun sin tener nada que contar".

Ya en el siglo XVII, factores tan importantes como el culto a la amistad, el amor y demás sentimientos espirituales dejan huella profunda en las misivas, a tal punto que las cartas llegaron a constituir verdaderos diarios íntimos donde se deja constancia, analizándolos, de todos los estados de ánimo. Ello naturalmente no es otra cosa que el resultado del Romanticismo imperante en la época, el que por otra parte, dió origen a célebres e inmortales obras literarias.

En los tiempos actuales, la carta ha descendido de este alto pedestal para dar paso a la vertiginosa carrera de nuestro siglo, impregnado del dinamismo, de una gran actividad creadora que reclama más y más rapidez. Esto obliga a que la carta, como una composición intelectual que es, sea cuidadosamente tratada para enternos con claridad y sencillez, de acuerdo con las características del tiempo que vivimos.

1.4.- EFICACIA EN LA CORRESPONDENCIA.

Una cosa es eficaz cuando con ella se "logra hacer efectivo un intento o propósito". La correspondencia, como medio que sustituye al trato personal y directo entre remitente y destinatario, ha de ser eficaz, para lo cual ha de reunir los requisitos exigidos a las personas en sus relaciones diarias.

Después de un tiempo suficientemente prudencial, llegamos a formarnos un concepto cabal de las personas con las que tratamos. Por ese conocimiento que de ellas tenemos, estamos en capacidad de juzgar sobre su talento, cultura, educación, simpatía, comodidades y riquezas, etc. Pero no habiendo esta posibilidad del trato personal y directo, la carta y demás medios de comunicación hacen sus veces. Será, por tanto, a través de estos elementos, únicos medios de contacto, como podremos conocerlos.

Interesa sobremanera que este concepto sea lo más favorable posible, a fin de llevar adelante, con verdadero éxito, todo cuanto sea objeto de tal actividad.

Así, pues, una carta decentemente presentada, ordenada y bien distribuida, inteligentemente redactada, perfectamente legible, sin molestias y sin notas desagradables de ninguna especie, necesariamente que tiene que disponer de modo favorable el ánimo del lector. Esta es una carta eficaz.

El éxito de la correspondencia depende principalmente de la eficacia, pues está probado que una carta llena de defectos, además de ser inútil, es perjudicial.



CLASIFICACION DE LA CORRESPONDENCIA GENERAL

=====

La correspondencia, como una actividad que comprende toda clase de comunicaciones entre personas generalmente ausentes, abarca una serie - bastante grande de formas, usadas constantemente por el hombre en sus diversas ocupaciones.

En la clasificación de la correspondencia, se atiende a diversas - razones, las cuales pueden concretarse a los siguientes: por el destino finalidad, contenido, tramitación, extensión, puntuación y forma.

2.1.- CLASIFICACION DE LA CORRESPONDENCIA EN CUANTO A SU DESTINO.

Según que la correspondencia tenga un destino general o particu-- lar, se divide en pública y privada.

Es pública la correspondencia que va destinada a informar al públi- co en general, como son los remitidos (comunicados), aclaratorias, avi- sos, títulos, diplomas, etc. Los medios utilizados comunmente son los periódicos, revistas, volantes, carteles, pergaminos, pancartas, la ra- dio, televisión, altavoces, etc.

Es privada la correspondencia que va dirigida a una persona, fami- lia, entidad, etc., para su exclusivo conocimiento, sin trascender al - público. Estas son las cartas familiares, sociales, oficiales, diplomá- ticas, comerciales, etc.

Hay casos en los que una carta, por ejemplo, de privada puede pasar a ser pública, según el destino que posteriormente se le dé. Esto es, - que la clasificación expuesta no es rígida, sino que está sometida a las variaciones propias del uso que las diversas clases de comunicaciones - pueden tener. Así, de las comunicaciones que los particulares dirigen a los Organismos Públicos, unas van destinadas a su publicación, en tanto que otras no. Ejemplos de las primeras son solicitudes de Registro Mercantil, Patentes de invención, nombre de Fábricas, adquisición de tejidos, nacionalizaciones, etc. De las segundas son las solicitudes de becas, de equivalencia de estudios, solicitudes de empleo público, etc.

2.2.- SUBDIVISION DE LA CORRESPONDENCIA PRIVADA.

Según la finalidad de la correspondencia privada, ésta puede ser:

a) Particular; b) Oficial; c) Comercial.

a) Particular: Se llama así la correspondencia que tiene como fin primordial tratar un asunto entre parientes o amigos, o entre una persona particular y una Oficina Pública. Recibe también el nombre de correspondencia personal.

La correspondencia particular se divide, a su vez, en tres grupos, según las diversas razones o motivos que la originan, a saber: particular propiamente dicha, familiar y social.

La particular propiamente dicha comprende toda comunicación motivada por razones de amistad, y por otras razones entre las personas y los Organismos Públicos. En el primer caso, las comunicaciones no están sujetas a reglas determinadas, pero deben observar ciertos formulismos exigidos

dos por la cortesía. En el segundo, además de la cortesía, hay que tomar en cuenta ciertas fórmulas en los tratamientos, seriedad, concisión y claridad.

La correspondencia familiar comprende toda comunicación entre parientes o miembros de una familia. Esta clase de correspondencia, exenta de todo formulismo especial de presentación y redacción, goza de entera libertad, estando siempre dentro de un marco de seriedad, decoro y buena educación.

La Correspondencia social está constituida por toda aquellas comunicaciones que se originan por razones de urbanidad e información social. Tales como las invitaciones, participaciones, felicitaciones, etc. Todas ellas revisten ciertos formulismos, entre los cuales han de sobresalir la cortesía, decencia, pureza y buenos modales.

b) Oficial: La correspondencia oficial es aquella que se cruzan entre sí las diversas Oficinas Públicas de un país, en asuntos relacionados exclusivamente con la función pública que desempeñan, así como la que aquellas despachan a los particulares con el mismo carácter.

Dentro de la correspondencia Oficial se incluye también la diplomática, la cual consiste en el intercambio de comunicaciones entre los Gobiernos de los distintos países.

c) Comercial: La correspondencia comercial es la que se cruzan entre sí los comerciantes para iniciar, mantener o concluir negocios.

2.3.- CLASIFICACION DE LA CORRESPONDENCIA EN CUANTO A SU CONTENIDO.

En este sentido, la correspondencia se divide en las siguientes clases:

Correspondencia de Primera Clase: Cartas (aéreas o regulares) y tarjetas postales.

Correspondencia de Segunda Clase: Diarios y publicaciones periódicas.

Correspondencia de Tercera Clase: Cartas circulares y material impreso - misceláneo.

Correspondencia de Cuarta Clase: Paquetes postales.

Correspondencia Mixta.

2.4.- CLASIFICACION DE LA CORRESPONDENCIA POR SU TRAMITACION.

En cuanto a la tramitación o modo de envío, la correspondencia se divide en "a la mano" o "de entrega personal" y correspondencia "postal" y "telegráfica".

La correspondencia "a la mano" o "de entrega personal" es aquella - que, como su nombre lo indica, es transportada por particulares. Esta clase de correspondencia es cruzada entre los particulares y entre organismos públicos, especialmente cuando se trata de envíos dentro de una misma localidad, para lo cual se utiliza el servicio de personas llamadas "mensajeros".

La correspondencia postal se divide en ordinaria y certificada.

Es ordinaria "aquella cuyo remitente no solicita un medio especial para su transporte o entrega".

Certificada es "aquella por la cual el remitente quiere tener la seguridad de haber sido entregada y de cuya entrega exige constancia. Por este servicio se paga una tasa adicional, de acuerdo con lo estipulado en la Tarifa General de Correos.

La correspondencia telegráfica es llevada por los interesados a las Oficinas de Telégrafo de donde se despacha, y distribuida por los empleados respectivos de la Oficina receptora del lugar del destinatario.

2.5.- CLASIFICACION DE LA CORRESPONDENCIA POR SU EXTENSION.

En cuanto a la extensión o número de palabras, la correspondencia se clasifica en corta, mediana y larga.

Son cortas aquellas comunicaciones que tienen hasta 100 palabras; medianas, las que tienen más de 100, hasta 200 palabras, y largas, las que tienen más de 200 palabras.

Las comunicaciones cortas y medianas se subdividen en breves y urgentes.

Breves son aquellas comunicaciones de poca extensión, como la esquela, el memorando, la tarjeta en tercera persona o nota verbal, la tarjeta postal, etc.

Urgentes son las que, además de tener la particularidad de ser breves, se transmiten por medios especiales que permiten su rápida entrega al destinatario; a esta categoría pertenecen el telegrama, el

radiograma, el cablegrama, el telefonograma y el telefonema.

2.6.- CLASIFICACION DE LA CORRESPONDENCIA POR SU PUNTUACION.

En la confección de la carta, hay que tener en cuenta la puntuación. No se trata de la puntuación ortográfica propiamente dicha, sino de los puntos y comas que deben cerrar las distintas partes de la carta. Tres son los tipos de puntuación que se pueden emplear.

a) Cerrada:

- Cada línea de la carta, a excepción de las que forman el cuerpo o texto, ha de terminar con un signo de puntuación.
- Este sistema, popular hace algunos años, hoy está prácticamente en des uso.

Ej.:

Loja, 21 de julio de 1981

Señor
Julián Díaz,
Calle Ricaurte, 80,
Trujillo, Edo. Trujillo:

Distinguido Señor:

p. "AMERICA" S.A.,
Luis Homero Sandía,
Gerente de Ventas,
Sección de Tejidos.

b) Abierta:

- Suprime los signos de puntuación después de cada línea.
- Suprime los dos puntos que se ponen después de la salutación.
- Si alguna línea termina en una palabra abreviada o abreviatura, el punto que se pone corresponde a ésta y no a la línea.

- Sólo se utiliza la puntuación normal dentro del cuerpo de la carta según exigencias de la redacción del texto.
- Este sistema hoy todavía resulta tan extraño como la puntuación cerrada, aunque se puede afirmar que va ganando adeptos día a día debido a que es muy práctico.

Ej.:

Loja, 21 de julio de 1981

Señor
 Julián Díaz
 Calle Ricaurte, 80
 Trujillo, Edo. Trujillo

De mis consideraciones

p. "AMERICA" S.A.
 Luis Homero Sandía
 Gerente de Ventas
 Sección de Tejidos

c) Mixta: (también denominada Standar)

- No usa signo después de la fecha.
- Tampoco emplea ningún signo al final de las distintas líneas de la dirección interior.
- No se emplea coma después del nombre de la ciudad o localidad si está en una línea. Sólo se emplea coma en el caso de estar en la misma línea la localidad, la provincia y el estado.
- Se emplea los dos puntos después de la salutación.
- Se emplea como al final de la despedida.
- El texto seguirá en puntuación las exigencias de la redacción.
- Es el sistema más empleado. Su flexibilidad le permite adaptarse a cualquier estilo de carta.

Ej.:



Loja, 21 de julio de 1981

Señor
Julián Díaz
Calle Ricaurte, 80
Trujillo, Edo. Trujillo.

Señor Díaz:

p. "AMERICA" S.A.
Luis Homero Sandía
Gerente de Ventas
Sección Tejidos

2.7.- CLASIFICACION DE LA CORRESPONDENCIA POR LA FORMA.

Por la forma, la correspondencia reviste diversas maneras de presentación y redacción, entre las cuales se cuentan: la carta, oficio, -
circulares, tarjetas postales, tarjeta en tercera persona o nota verbal, -
memorando, esquila, recado, memorial (ocurso), telegramas, radiogramas, -
cablegramas, telefonogramas, telefonemas, comunicaciones telefónicas y -
radiotelefónicas en general, certificaciones, recibos, notas, planillas, -
vales, comprobantes, actas, memoriales, etc.

Cada una de estas formas tienen sus características propias, entre las cuales, las más importantes se refieren al tamaño del papel o cartulina, color de los mismos, forma sencilla o doble, distribución de las distintas partes de que consta, firma, etc.

C O R R E S P O N D E N C I A C O M E R C I A L

=====

3.1.- GENERALIDADES.

Todo lo correspondiente a la Correspondencia General es aplicable a la Correspondencia Comercial. En consecuencia, bastará con trasladarnos en cada caso a sus normas para comprender la importancia y la función que las mismas cumplen dentro de tan interesantes actividades económicas.

Correspondencia Comercial no es tan escueta como parece el título, se trata de un todo orgánico donde entran en juego muchos factores y no menos conocimientos. Comprende desde el plan y diagramación de una carta, circular o documento, hasta la ejecución y despacho, a veces a través de una serie continuada de ofertas y respuestas donde, entre otras cosas, debe primar la diplomacia en primer lugar, mediante textos cuidados, legibles, sencillos, concluyendo con atrayente presentación. Esto significa la intervención de vastos elementos, además de los de redacción, como artes gráficas para diseño y diagramación de textos.

La Correspondencia Comercial trata sobre los variadísimos asuntos relacionados con el comercio en general, y comprende las comunicaciones escritas que sostienen los comerciantes e instituciones mercantiles o industriales con el objeto de discutir, discurrir y resolver los aspectos de los negocios.

La compra y venta de alimentos, materias primas, productos industria

les y, en general, toda clase de artículos desde mercados distantes, hacen necesaria la Correspondencia Comercial. El Comerciante, el industrial, el dueño de una tienda o almacén, la Secretaria de una oficina comercial, el contador y otros hombres de negocios, tienen que familiarizarse con términos y expresiones comerciales, y leyes respectivas a fin de tener éxito en su trabajo.

La Correspondencia Comercial es, pues, el conjunto de comunicaciones escritas que se cruzan entre sí los comerciantes para iniciar, mantener o concluir negocios.

El desarrollo de la Industria lleva consigo el del comercio. Por lo tanto, hablar del desarrollo Industrial es hablar al mismo tiempo del Comercial, pues aquel es paso previo para que éste tome sus cauces y adquiera la importancia que le corresponde en las relaciones humanas, dada la naturaleza misma del Comercio como medio de relación entre productor y consumidor. Todo cuanto se diga de la Correspondencia Comercial es extensivo a la Industrial, ya que lo único en que se diferencian es en el vocabulario aplicado a cada una, puesto que el lenguaje se caracteriza por el tecnicismo propio de cada especialidad.

En conclusión podemos afirmar que la denominación de Correspondencia Industrial es aplicable a las funciones de relación propias de la actividad de los hombres de empresa fabril y extractiva.

Como en toda correspondencia, en ésta el lenguaje ha de adaptarse a la mentalidad del destinatario, a fin de hacer la carta rápida y fácilmente comprensible. A cada quien hay que hablarle conforme a su ocupación u oficio para la comunicación surta el efecto deseado.

3.2.- PROPOSITO DE LA CORRESPONDENCIA COMERCIAL.

Básicamente, los propósitos de la correspondencia comercial son: establecer comunicación con las personas y entidades que interesan a la compañía y crear, mantener vivos e incrementar constantemente los negocios y el prestigio de la empresa.

Establecer la comunicación. La mayor parte de las relaciones comerciales se inicia por medio de una carta, ya sea para ofrecer servicios o productos, o para solicitar informes, catálogos, precios, etc. Todas las empresas, desde la más pequeña hasta la más poderosa, desarrollan las actividades esenciales de su mercantil valiéndose de cartas comerciales, que sirven para iniciar relaciones, establecer negociaciones, coordinar sistemas, vender y desarrollar los factores de progreso.

Como la Correspondencia Comercial es el medio más frecuente y el más eficaz de gestionar negocios, debe empleárselos correctamente con claridad, precisión, sencillez, cortesía y, sobre todo, con la debida diplomacia para atraer a nuestros corresponsales o responder a nuestros deseos, a fin de que las ventas u operaciones de otro tipo alcancen el nivel necesario para cantar éxito. Sobre todo, que en este campo también es necesario recordar la competencia.

3.3.- LA CARTA Y SOBRE COMERCIAL.

Concepto de Carta Comercial. La Carta Comercial es el más importante de todos los documentos escritos que diariamente contribuyen a la buena marcha de los negocios. No sólo constituye el medio de comunicación más eficaz y el más usado, sino que es también una prolongación de la empresa, cuyo nombre y prestigio -

hace llegar hasta los lugares más remotos.

Como el hombre de negocios no dispone del tiempo necesario para visitar a cada uno de sus clientes, competidores o amigos, el mejor medio de comunicarse con ellos es la carta. La carta comercial, que permite la comunicación de ciudad a ciudad, de país a país y hasta de continente a continente; borra distancias y tiende una especie de puente entre personas que a veces ni se conocen. Si no fuera por la carta, el hombre de negocios no podría mantener todos los contactos indispensables para la marcha de su empresa. Por medio de la correspondencia comercial se crean o impulsan, se mejoran o se restauran las operaciones comerciales.

Importancia. La carta es uno de los documentos de mayor importancia dentro de la Correspondencia Comercial, por cuanto lo escrito tiene de ordinario más valor comercial que lo simplemente dicho, por constituir un registro visible, una prueba concreta, interpretable, que se puede consultar o revisar en cualquier momento, mientras que de lo expresado oralmente (si no se graba) no queda constancia. Las empresas comerciales acostumbran conservar copia de todo documento escrito, recibido o despachado, ya que si la oficina es el cerebro de una compañía, el archivo es su memoria. Las cartas son los testimonios de la historia misma de la Compañía.

Por otra parte, como la escritura perdura, se necesita tener buen dominio de la redacción para expresarse con claridad y sin caer en equívocos. Además, la persona que escribe está en condiciones ventajosas con respecto a la persona que habla. Cuando se escribe se dispone del tiempo necesario para pensar, planear y organizar las ideas; consultar diccionarios, fuentes y conocedores; corregir, resumir y concretar los

diferentes puntos de vista. Todo ello nos permite expresarnos con mayor claridad y eficacia que cuando, al hablar, estamos apremiados por la recepción instantánea de un interlocutor.

Por medio de las cartas comerciales se revela la personalidad del individuo y la seriedad de la empresa que representa; gracias a ellas, los demás podrán formarse un determinado concepto.

En conclusión, la Carta Comercial es la comunicación de mayor relieve de que se valen los comerciantes para lograr sus específicas funciones dentro de los negocios.

Aspectos de Fondo. Son aquellos que se refieren al estilo y cuya presencia resulta esencial para que una carta esté bien redactada. Estos aspectos son:

1. Solidez: Un pensamiento debe ser irrefutable cuya verdad sea indiscutible para no caer en contradicciones, para lo cual debe conocer bien el tema, así llegará a persuadir al destinatario.
2. Verdad: Es la conformidad del pensamiento con la realidad; es uno de los requisitos indispensables dentro de la correspondencia. Si un pensamiento no es verdadero, corre el riesgo de ocasionar futuras reclamaciones que devendrían en perjuicio de la Empresa.
3. Naturalidad: Se llama también espontaneidad; y, en virtud de ella, el pensamiento debe manifestarse sin rodeos. En redacción literaria, el autor puede presentar algo irreal como verdadero con la única condición de convencer; en cambio en redacción comercial, esto no es posible.
4. Originalidad: La Correspondencia Comercial nos impone un estilo pro

pio. Existen varias fórmulas, como: atentamente, seguros de su favorable acogida, nos anticipamos en agradecerle, etc. Estas frases se repiten a diario, y de las cuales no podemos prescindir, sin embargo, el corresponsal debe poner de manifiesto su personalidad; no imitar, sino crear un estilo propio. Este aspecto se destaca en el cuerpo o mensaje.

5. Propiedad: Obliga al escritor a emplear los términos en su propio significado para no dar lugar a un mal entendido.
6. Pureza: Las palabras que se emplean en la escritura deben pertenecer a nuestro idioma. Por la influencia, en el campo comercial, de naciones amigas que hablan otro idioma, nos vemos precisados a introducir en el nuestro, términos especiales llamados extranjeros. Ejemplo: FOB, CIF, etc.
7. Concisión: Debemos expresarnos sin rodeos e ir directamente a lo que se quiere decir. El empleo de palabras innecesarias cansa al destinatario; y, puede darse el caso de que no le interese el objetivo mismo de la carta.
8. Armonía: La frase debe tener condiciones estéticas para evitar la repetición de vocablos o consonantes que tienen sonidos redundantes.
9. Corrección: La carta comercial debe concebirse y redactarse en términos de perfecta corrección, tanto en lenguaje como en conceptos. En la actualidad no se concibe una carta que no reúna esta calidad reveladora de nuestra educación.
10. Claridad: En todo escrito, cualquiera que sea, la primera regla es que sea hecho o redactado con la máxima claridad, para que sea comprendido por cualquiera que lo lea. En las cartas comerciales, esta regla también es prioritaria.



11. Precisión: Además de claridad, las cartas comerciales deben estar redactadas con precisión, o sea con exactitud, concisión que impida el confusionismo. Hay que escribir ordenadamente, evitando que se entienda mal o confunda con otra cosa. Lo escrito no debe dar lugar a dudas. Si se trata de un precio, debe señalarse el exacto, con todos los detalles relacionados sólo a la mercadería consultada.

12. Sencillez: Los términos de máxima sencillez son los más oportunos y eficientes para cualquier carta comercial. Nada de rodeos ni de frases largas, mucho menos de las rebuscadas o manoseadas o que saben a molde.

El comerciante no tiene tiempo demás y por lo tanto no va ni le gusta rodeos, dice las cosas claras, con sencillez y corrección; pero sin una línea más de la necesaria.

Es conveniente reducir lo más posible los párrafos que llamamos saludos de entrada o inicial y la de salida o final. Igualmente debe procurarse simplificar el cuerpo de la carta sin que pierda claridad, en aras del ahorro de tiempo y espacio.

Baste recordar que una carta representa la conversación entre dos comerciantes, que siempre son medidos y cortos por su tiempo tan ocupado y no dispuestos a perderlo.

13. Cortesía: Las expresiones de obsequio y urbanidad son las mejores y más convenientes de emplear en la Correspondencia Comercial. La cortesía abre todas las puertas; aunque debemos recomendar que no se exagere: el exceso es nocivo y da la impresión de pedantería.

La correspondencia comercial como ya hemos dicho, no puede ser ni

tan lacónica como telegrama, ni tan extensa como una novela. El saludo de inicio como el final de una carta deben demostrar el grado de cortesía propia de personas cultas. Como también lo hemos dicho y repetimos, no debe caerse en el modernismo y equivocado concepto de suma sencillez, llegando hasta a eliminar este tipo de saludo, considerándose innecesario, cuando son realmente imprescindibles en toda carta comercial.

Aspectos de Forma. La carta, para que sea eficaz, ha de cumplir el fin para el cual ha sido redactada. Para ello ha de tomarse en cuenta una serie de factores que tienen relación directa con su forma. Los aspectos de Forma son Físico y Técnico.

1. Aspecto Físico: Se relaciona con el material empleado para confeccionar la carta:

Papel: Es una hoja delgada y lisa, susceptible de ser escrita o impresa, que puede ser reducida mediante dobleces a dimensiones adecuadas para su introducción en un sobre.

El papel para correspondencia comercial debe tener unas características generales: superficie lisa, acabado fino, sin brillo y otras particularidades que deben estar en función de las distintas calidades.

Papel Bond:

- Peso por resma, oscila entre las 16 y 24 libras.
- Es escasamente borrrable.
- Es el más empleado para correspondencia en general.

Papel Superior o Especial: Además de las características del papel Bond tiene las siguientes:

- Superior apresto.

- Permite escribir a mano y ser borrado.
- Admite el relieve del membrete.

Papel Aéreo: Es fabricado con ese fin, y tiene las siguientes características:

- Es muy liviano, de poco peso.
- Es muy fuerte.
- De presentación liso o rugoso.
- Tiene un peso de 9 a 13 libras por resma.

Papel de copias o cebolla:

- Es de calidad inferior.
- Permite con facilidad la impresión del carbón en él, por lo que resulta idóneo para las copias mecanográficas.
- Sumamente delgado, pueden ser incluidos varios en la misma copia.
- Tiene un peso de 8 a 10 libras por resma.
- Puede o no llevar impreso el nombre de la empresa o la palabra copia.

Papel de periódico:

- Es de calidad ordinaria.
- No se debe emplear para presentar cartas.
- No se puede escribir a mano con tinta.
- Su empleo queda reducido a copias.
- Es barato y adecuado para realizar economías.

Al elegir el color del papel que se va a emplear en la escritura de la carta, conviene tener en cuenta la categoría de la persona que escribe, el tipo de negocio de que se trata y la facilidad de lectura del mensaje. La facilidad de lectura se consigue con el contraste. A continuación se indica el color del papel en algunos tipos de cartas.

Cartas Normales:

- Color blanco sin brillo.
- Contraste de visibilidad: 100 por 100.

Cartas de personalidades y ejecutivos de Empresas:

- Color crema almesado, sin brillo.
- Papel algo más grueso que el papel usual.
- Contraste de visibilidad 90 por 100.

Cartas de una empresa comercial o industrial:

- Timbrado, con membrete impreso.
- Blanco, crema muy claro o gris también muy claro. Sin brillo.
- Las tintas negras o azúles, no deben ser brillantes.
- Discreto, no debe llamar la atención por si mismo, de forma desusada y chillona.
- Contraste de visibilidad 85 por 100.

Cartas particulares:

- Por elegancia se utiliza papel blanco.
- En la correspondencia femenina se puede optar por colores muy tenues.

Cartas de propaganda:

- Existe libertad de elección y empleo de colores, tipos y calidades.

La selección del color y tipo de papel de correspondencia debe estar en relación con la índole del negocio, el buen gusto y el criterio estético, pero estando siempre dispuestos a admitir detalles en la correspondencia que puedan ser beneficiosos, principalmente en las cartas de propaganda.

En cuanto a las dimensiones del papel, cada país suele tener normalizadas sus medidas. Estas medidas guardan cierta relación entre sí y las diferencias entre los distintos países suelen ser escasas. Los formatos

más usuales son:

Modelos normales: 21.5 x 27.9 cm., aproximadamente.

Holandesa: 22 x 28 cm. o también 21.5 x 28 cm.

Media Holandesa: 14 x 22 cm. o también 14 x 21.5 cm.

Holandesa rectificada: 22 x 27 cm.

Comercial prolongada: 22 x 32 cm.

Memorando: 18 x 22 cm.

Saludas o Esquelas: 18 x 22 cm.

2. Aspecto Técnico: Se relaciona a la escritura propiamente dicha.

a) Márgenes: Los márgenes de la carta son cuatro: superior, inferior, izquierdo y derecho. La carta debe ser escrita de modo que se destaque cada uno de estos márgenes. Una carta escrita desde el borde superior hasta el inferior y desde el izquierdo hasta el derecho, produce mala impresión, puesto que ello no sólo rompe el equilibrio, sino que lo destruye.

El margen superior, llamado también "margen de cortesía", debe tener de 10 a 14 espacios, contados desde el borde superior hasta la fecha; el inferior llamado "margen de pie" 4 espacios; el izquierdo, 10 a 20 espacios y el derecho de 4 a 6. Estos dos últimos se llaman también "márgenes laterales", de los cuales el primero siempre queda en línea recta, mientras que el segundo es más o menos sinuoso. El margen izquierdo está determinado por la primera línea de la dirección de la carta.

b) Espacios: Las diversas partes de la carta deben estar suficientemente separadas, a fin de darle al conjunto armonía y equilibrio. En las cartas escritas a máquina, los espacios deben ser los siguientes: entre la fecha y la dirección de 4 a 10; entre ésta y la línea

de atención, 2; entre ésta y el saludo 2 (si no hay línea de atención 2 ó 4); entre ésta y el primer párrafo, 2 ó 3, según los espacios entre párrafo y párrafo; entre la fecha y el asunto o referencia, 7 a 13, según que la escritura del texto se haga a 1 ó 2 espacios o líneas, respectivamente; entre el último párrafo y la despedida, 2 a 4, según que ésta última sea larga o corta, en su orden respectivo; entre la despedida y la antefirma (si la hay) y entre ésta y la firma, 4; si no hay antefirma, se dejan igualmente 4 espacios entre la despedida y la firma; entre ésta y las iniciales identificadoras, 2, colocando éstas últimas sobre el margen izquierdo; entre éstas y los anexos, adjuntos e inclusos, 1; los P.S. (P.D.) y N.B., 2 o más espacios de la parte que les antecede.

c) Sangrías: En la escritura de las cartas se han seguido varios criterios en cuanto a la distribución y espacios de las distintas partes de las mismas. Así, la carta española, además de que carga demasiado al lado derecho, al punto de no dejar ningún espacio en el margen respectivo, hace una sangría desigual al empezar el primer párrafo inmediatamente debajo de la última letra del saludo, y los demás párrafos con una sangría igual entre sí, de 5 a 6 espacios o letras. En cambio, el criterio "norteamericano" puso en uso la carta en "bloque", en la cual ninguna de las líneas tiene sangría, puesto que arrancan todas del margen izquierdo del escrito.

Este sistema "norteamericano" o de cartas en "bloque" ha sufrido varias modificaciones, entre las cuales se cuentan la de "bloque modificado", "semibloque", "sangrada" o "de entrada" y la "colgante".

La sangría consiste en empezar unos espacios más adentro que las

demás líneas de la hoja o página. La sangría más comunmente usada es la de 5 a 10 espacios o letras, según sea la extensión de la carta. Estas sangrías se refieren a los diversos párrafos del texto de la carta, pues otras partes como la dirección, vocativo o saludo, iniciales identificadoras, anexos, adjuntos e inclusos, P.S. (P.D.) N.B. e indicación de copias, han conservado uniformemente su posición en forma "bloque" sobre el margen izquierdo. Otras partes como la fecha, antefirma, firma y cargo del firmante, tienen sangrías aún más grandes, iniciándose casi al centro del papel.

Asunto de especial interés es el de fijarse en que cualquiera que sea el número de espacios escogidos para la sangría, ésta ha de ser uniforme en todo el texto de la carta, pues sangrías diferentes para los distintos párrafos hacen al conjunto de mal aspecto y de repugnante presentación.

d) Mecanografiado de la Carta: La escritura a máquina de las cartas re quiere sumo cuidado, a fin de lograr un trabajo de presentación agradable y digno de ser conservado en los archivos del destinatario.

Además de observar esmero en que la máquina esté en perfectas condiciones, los tipos limpios y que la cinta sea nueva y de buena calidad, - habrán de tomarse en cuenta las siguientes normas mecanográficas.

1. La digitación o pulsación ha de ser uniforme, a fin de evitar que la escritura quede llena de surcos por estar unas letras más marcadas que otras. A este efecto, debe cuidarse el estado de los tipos de la máquina, y lo que es más importante aún, el estado psicológico

y físico del mecanógrafo.

2. Céntrese bien el texto de la carta o comunicación para que los márgenes respectivos queden distribuidos de tal modo que todo el cuerpo del escrito se destaque agradablemente por su equilibrio y armonía. A este respecto, debe observarse que el margen izquierdo debe ser más ancho para las cartas cortas y más angosto para las largas. No debe dejarse demasiado margen a uno y otro lado para evitar que la carta aparezca como un escrito en verso.
3. La escritura del texto de la carta puede hacerse a uno o dos espacios, según la mayor o menor extensión de la misma, respectivamente. Si se escribe a un espacio, se separan los párrafos con dos líneas, y con tres, si se escribe a doble espacio.
4. Después de punto y seguido, puntos suspensivos y dos puntos, deben dejarse dos espacios en blanco. Lo mismo después de cada signo de admiración e interrogación, cuando cierran.
5. Después de cada coma y punto y coma, se deja un espacio.
6. Entre la última palabra anterior y el primer paréntesis, guión o comillas, y entre signos (cuando cierran el apartado) y la palabra que les sigue, se deja un espacio. En cuanto a la primera palabra que les siga y a la última que les precede interiormente, no llevan espacio.
7. En los diálogos y en la unión de palabras compuestas, no debe mediar ningún espacio entre el guión y la primera palabra, en el primer caso, ni entre dicho signo y las palabras unidas, en el segundo.
8. Después de abreviaturas se deja un espacio, si la palabra que sigue empieza con minúscula, y dos, si empieza con mayúscula.
9. Cuando haya necesidad de partir una palabra al final de una línea,

para continuarla en la siguiente, se indica tal circunstancia con un guión menor, colocado únicamente al final de la parte que queda truncada en la línea anterior.

10. No se debe empezar ni terminar párrafo de carta o de escritos con cantidades puestas en cifras, ni con palabras abreviadas.

Partes de que consta la Carta Comercial. Las partes de que consta la carta comercial están divididas en tres grandes secciones, cada una de las cuales contiene a su vez varias partes, como se indica a continuación:

- | | | |
|----------------------------------|---|---|
| I. ENCABEZAMIENTO | 1. Membrete | a) Tratamiento y título del destinatario. |
| | 2. Fecha | b) Nombres y apellidos del destinatario. |
| | 3. Dirección | c) Señas |
| | 4. Asunto o referencia | d) Lugar del destino. |
| | 5. Línea de Atención | |
| | 6. Saludo | |
| II. CUERPO DE LA CARTA | 7. Introducción | |
| | 8. Ideas Fundamentales o asunto de la carta. | |
| III. DESPEDIDA Y OTROS ELEMENTOS | 9. Despedida | a) Firma autógrafa |
| | 10. Antefirma | b) Reproducción del nombre y apellido del firmante. |
| | 11. Firma | c) Cargo, posición u otros datos de éste. |
| | 12. Iniciales de identificación del que redactó, firmó o escribió la carta. | |
| | 13. Visado | |
| | 14. Anexos, inclusos, adjuntos. | |
| | 15. Post-scriptum (post-data) | |
| | 16. Nota Bene | |
| | 17. Vale | |
| | 18. Indicación de copias | |
| | 19. Continuación en la página siguiente; segundas, terceras, etc. páginas. | |

I. ENCABEZAMIENTO

1. Membrete. Es el nombre o título de una persona, empresa, oficina o corporación que los papeles de correspondencia llevan impreso, por lo general, en su parte superior. A este papel se denomina en las oficinas papel timbrado.

El membrete tiene gran importancia en la comunicación dado que en él se detalla, más o menos resumidamente, la información que ilustra al lector casi de un golpe de vista, sobre tres aspectos importantes del co mu n i c a n i c a n t e: 1. Quién escribe la carta; 2.Cuál es su dedicación, profe s i ó n o negocio y 3.Cuál es su domicilio.

Es un medio más de propaganda que requiere un artístico diseño. Re fl e j a la personalidad del comunicante o su negocio. Su expresión debe ser un motivo atractivo y amable de acuerdo con las distintas dedicaciones, por lo que cada empresa debe crear su propio membrete.

En el membrete figuran los siguientes datos:

a) Imprescindibles:

- Nombre completo si se trata de un particular, o razón social si se tra ta de una empresa.
- Dedicación o tipo de negocio.
- Dirección completa: calle, número, población, provincia o estado y pa-
ís si existen relaciones con el exterior.
- Números de teléfono y télex.
- Anagramas de télex y telegramas.

b) Optativos:



- Marca de fábrica y anagramas comerciales de sus productos.
- Frases publicitarias.
- Dirección de filiales o sucursales con sus respectivos domicilios.
- Nombres de empresas o marcas de las que sean concesionarios.
- Estación de ferrocarril.
- Números de cuentas corrientes y bancos donde están abiertas.

No hay reglas fijas que obliguen a una determinada situación del membrete en el papel. Por costumbre, tratándose de mimbretes de particulares, se suele situar en el ángulo superior izquierdo. Para negocios, donde el membrete es un elemento más de propaganda, no hay una situación definida. Puede ser escrito en la siguiente forma:

a) Datos Obligados:

- A todo lo ancho del papel en su parte superior.
- En el ángulo superior izquierdo.
- En ambos lados del papel, en la parte superior, buscando el equilibrio.

b) Datos Optativos:

- Si los detalles de propaganda son numerosos, pueden ir columnados en el margen izquierdo del papel o a lo largo del ancho en la parte inferior del mismo.

Como norma general debe procurarse elegir un membrete completo, pero sencillo y estético, que guarde las debidas proporciones y no llame la atención por su extravagancia. No conviene abusar de la información, porque puede ser un factor negativo. La proliferación de datos puede hacer que los fundamentales pasen inadvertidos. Un membrete no debe ser jamás un catálogo o una guía de teléfonos.

2. La Fecha. Es una indicación del lugar y día en que se escribe una carta o comunicación (oficial o privada).

Los principales datos que deben constar en la fecha son:

1. Lugar. Nombre de la localidad desde donde se escribe la carta. Si el papel está timbrado, es decir, tiene membrete, puede omitirse si se escribe desde la misma población que indica.
2. Día: Es el número cardinal correspondiente al tiempo en que se escribe. Debe ser siempre consignado en número cuando se trate de cartas.
3. Mes: Debe consignarse completo, con todas sus letras, sin recurrir en ningún caso a abreviarlo. Se abrirá el nombre del mes con mayúscula si es la introducción de la fecha: Julio, 22 de 1981. Con minúscula si va precedido de otra palabra o signo: Loja, 22 de julio de 1981.
4. Año: En las cartas siempre se escribe con números seguidos, sin punto que separe las centenas de las unidades del millar: 1980, 1981.

Existen varias maneras de escribir la fecha, las más usuales son las siguientes:

- La forma más elegante es escribirla a una línea sin prescindir de las preposiciones: Loja, 22 de julio de 1981.
- Sirviendo de orientación: Miércoles, 22 de julio de 1981. Esta orientación puede significar día de mercado periódico, ferias o juntas regulares, etc.

La siguiente forma es correcta aunque no usual:

Loja, julio 22 de 1981

Las formas incorrectas y que nunca deben emplearse son las siguientes:

22 de julio de 1981	22 julio, 1981
julio-22-81	22 julio 1981
22 julio del 81	22/7/1981

Observaciones sobre la fecha:

- a) La fecha puede terminarse en punto. En este caso se dice que la puntuación es cerrada.
- b) Tratándose de actas, documentos o contratos públicos o privados, la fecha irá en el encabezamiento escrita con letras: "En Loja, a veinti dos de julio de mil novecientos ochenta y uno. Reunidos ...".
- c) Tratándose de instancias, oficios o comunicaciones oficiales, la fecha irá a continuación del cuerpo de la comunicación y precediendo in mediatamente a la firma del responsable del escrito.

3. La Dirección Interior. Es la parte de la carta en que se consigna la persona o entidad a la que va dirigido el mensaje.

Comprende dos partes principales:

- a) Destinatario: Nombre de la persona que se desea que reciba la comuni cación.
- b) Señas: Domicilio donde el destinatario tiene establecida su residen cia o lugar destinado para la recepción de la correspondencia. Están formadas por el nombre de la calle o plaza, el número y la locali dad donde radica.

El destinatario es el sujeto que recibe la comunicación, puede ser una persona natural o jurídica. Todo destinatario debe ser objeto de la

cortesía y el respeto del remitente. Cada persona debe recibir el tratamiento que merece y cada situación indicará el tratamiento que se debe dispensar. Este tratamiento va siempre abreviado. Existen varias situaciones:

1. Personas Naturales:

- Sr. (Señor), Sra. (Señora), Srta. (Señorita). Son éstas palabras los mínimos términos de cortesía que se pueden aplicar a cualquier persona en las relaciones comerciales al igual que en cualquier relación.
- Dn. (Don), Dña. (Doña), es un título honorífico que se antepone siempre al nombre propio, pero que jamás se debe anteponer al apellido. Sr. Dn. (Señor Don), Sra. Dña. (Señora Doña), Srta. Dña. (Señorita Doña). Estos tratamientos unidos resultan una sobrecarga. Don proviene de la palabra latina dominus cuyo significado es señor. Poner Señor Don es como decir Señor Señor, términos en desuso para Correspondencia Comercial.
- Cuando el destinatario ha alcanzado titulación académica, en algunas profesiones es obligado anteponer dicha titulación: Dr. (Doctor), Lic. (Licenciado).

2. Personas Jurídicas o entidades:

- Se antepone la palabra señores cuando la entidad a la que se dirige la carta, formada por varios socios, está encabezada por el nombre del fundador: Señores Ayuso y Cía., S.R.C. También se empleará cuando se citan los apellidos de los socios: Señores Endara y Almeida. Señores Castro, Salinas y Carrillo.
- No se utilizará tratamiento si la entidad tiene un nombre formado por anagrama: ALENA S.A., ADENA, etc.
- Cuerpos Colegiados: Si tienen tratamiento reconocido, precederá a su denominación: Ilustre Colegio Oficial de Doctores y Licenciados en Filosofía y Letras.

3. Altas Dignidades:

Para las autoridades, el tratamiento a anteponer el nombre será el que corresponda a su dignidad: Excelentísimo Señor, Ilustrísimo Señor, - etc. Actualmente van decayendo en desuso estos tratamientos y su aplicación se va reduciendo a formularios de protocolo que impone la política y la diplomacia para Ministros, Embajadores, altas dignidades de la Iglesia, etc. Ej.: "Excelentísimo Señor Ministro de Educación".

En algunas repúblicas americanas se prohíbe expresamente el empleo de tales tratamientos.

Debajo del nombre del Destinatario se deben indicar los datos para su localización. Estos datos reciben el nombre de señas.

1. Dirección.

a) Apartado de Correos: La Administración de Correos puede señalar un apartado o casilla para empresas con correspondencia muy numerosa. Dichas casillas vienen determinadas por números o letras: Apartado de correos 125. Casilla L. Apartado 21.

Se suele admitir como fórmula universal el empleo de las iniciales de la expresión inglesa Post Office Box como indicativo de los apartados de correos. Así: P.O.Box 56. O bien, P.O. Box 208; ó, Box 126.

b) Señas Particulares: No disponiendo de apartado hay que consignar debajo del nombre del destinatario su domicilio, que vendrá indicado por la calle, plaza, avenida, seguida del número que la casa tenga asignada: Avenida Cuxibamba 28-38.

En algunos países el número antecede al nombre de la calle: 330 West 42nd. Street. 432 Rue de la Paix.

c) Lista de Correos: Este procedimiento es utilizado por personas que están en tránsito por alguna localidad y no dispone de domicilio fijo. Su correspondencia se envía a Lista de Correos. Por lo general se toma nota de los nombres en un departamento dispuesto al efecto en la central de correos de la localidad a fin de que allí les retengan la correspondencia a ellos dirigida. Ej.:

Luis A. Morales Carrión
Lista de Correos.

2. Nombre de la ciudad.

Correspondencia dentro del mismo país.

- a) Cuando se envían cartas dentro de la misma ciudad, o sea que se entregan directamente sin entregar al servicio postal, sino por medio de un mensajero, se puede omitir el nombre de la ciudad.
- b) Cuando se envía cartas a ciudades distintas a la del lugar de origen, se consignará el nombre de la ciudad a la que se remite la carta de forma completa, sin recurrir a abreviaturas que pueden provocar confusiones. En muchos países, además de la población, es preciso indicar el Estado a que pertenecen.

Correspondencia entre países distintos.

Las cartas para el exterior deberán llevar escrito el nombre del país a continuación del bloque de las señas, procurando que destaque. Este dato tampoco debe consignarse usando abreviaturas, a no ser que se trate de anagramas universalmente conocidos: U.S.A.; U.R.S.S., etc.

Para la correspondencia dirigida a Norteamérica, además del nombre de la población y en la misma línea, hay que especificar la abreviatura del Estado a que pertenece. Ej.:

Mr. Richard Weaning
1008 Ridgley Avenue
Fairmont, W. Va.
U.S.A.

Por lo general, la dirección de la carta debe comenzar a tope del margen izquierdo de la carta, dejando de 2 a 4 líneas en blanco después de la línea de la fecha, dependiendo este detalle de las proporciones de la carta.

Si se trata de una carta para sobre de ventanilla se permite que la dirección se encuadre dentro de los límites adecuados a fin de que coincida con la parte transparente.

4. Asunto o Referencia. Es la síntesis de cuanto se trata en la carta.

Se escribe frente a la dirección, debajo de la fecha, hacia el margen derecho. Tiene por objeto informar anticipadamente al destinatario sobre el contenido de la carta y permitir una clasificación apropiada de la correspondencia recibida para la lectura en orden, de acuerdo al mayor interés que ella despierte. Se utiliza más generalmente en la correspondencia comercial y oficial. No obstante, hay que tener en cuenta que cuando la carta es de sumo interés para el remitente y no para el destinatario, escribir el asunto o referencia resulta contraproducente, pues el anticipo puede inducir a apartar la carta o a prestarle muy poca atención. Tal ocurre a veces con las cartas de solicitud de empleo, cobranzas, reclamaciones, etc.

Loja, 22 de julio de 1981

Sr. Nicolás Suárez
Avenida "Sucre" 598
Quito.

Ref.: Su pedido del 10-07-81

5. La Línea de Atención. Se emplea cuando se remite una carta a una entidad, sociedad anónima, limitada, regular colectiva, etc. y se desea que la reciba una determinada persona.

Se sitúa entre la dirección y la salutación, a igual distancia de ambas y a tope del margen izquierdo.

Se debe indicar en ella el nombre de la persona a quien se solicita la atención de ser acogidos, debiendo ir precedido dicho nombre de la expresión "A la atención de" o "Atención".

Si se desea expresar el cargo que dicha persona ocupa o desempeña en la empresa, se puede indicar debajo en línea aparte.

Ej.:

A la atención de: Juan Larios Blanco
Jefe de Contabilidad.

Si la persona a que nos dirigimos ocupa la dirección de una sección o departamento y no se conoce su nombre, basta con indicar su cargo. Ej. A la atención del señor Jefe de Contabilidad. Existen otras fórmulas también de cortesía, como:

Para Don César Castro Contreras

A Don Mariano Buendía

Suplicada a Don Javier Celi Arcos.

No debe olvidarse que estas cartas, aun solicitando la atención de una determinada persona van dirigidas a entidades, por lo que la salutación deberá dirigirse en plural.

Cuando haya que poner por estricta necesidad una línea de referencia o asunto y otra de atención, hay que situarlas correctamente a fin de guardar la estética de la presentación.

6. Saludo o Vocativo. En la correspondencia comercial la salutación es

una fórmula de cortesía que equivale al saludo que dos personas se dispensan al encontrarse. Se trata de una frase sencilla, pero de gran significado. Su expresividad dependerá del grado de amistad que una comunicante y comunicada. A pesar de nuevas tendencias que tratan de omitirlo, se sigue considerando una descortesía no incluir una mínima salutación.

El saludo debe arrancar a tope del margen izquierdo o con sangría, según el estilo de la carta, dos líneas más abajo de la línea de atención, asunto o referencia. De no utilizar cualquiera de éstas, irá dos líneas más abajo de la dirección interior. Una vez escrita la salutación, deben dejarse otras dos líneas para empezar la introducción del cuerpo de la carta.

De ser posible debe evitarse las fórmulas sistemáticas demasiado gastadas. Hay que evitar el clásico Muy Señor Mío o Muy Señores Nuestros. Se va generalizando el empleo del tratamiento escueto. Estimado Señor, - Señorita, Señores, etc. Hay que tener en cuenta que al dirigirse a una sociedad, entidad o asociación, etc., la salutación debe expresarse en plural.

Cuando existen relaciones amistosas, se suelen emplear expresiones afectivas: Estimado amigo, Querido colega.

No deben emplearse abreviaturas en la salutación. Este punto requiere un especial cuidado cuando la salutación está formada únicamente por el tratamiento. Ha de ser: Señor, Señora, Señorita, etc., y no Sr. Srta. Sra.

Hay ciertos títulos como Profesor, Doctor, etc., que se pueden em-

plear libremente: Querido Doctor, Respetado Profesor. La palabra Doctor puede abreviarse en la dirección interior o exterior, pero no cuando se emplea en la salutación.

Entre las saluciones más usuales tenemos las siguientes:

a) En las cartas corrientes de negocios:

- Saluciones formales: Señor, Señores.

- Saluciones con matices oportunistas: Distinguidos Señores, Estimado Señor.

- Salutación rigorista y ya en desuso: Muy señor mío, Muy señores nuestros, etc.

b) En las cartas de ventas y escritos de propaganda destinados a atraer y captar la atención del receptor se suele emplear una salutación común en el lenguaje hablado. Esta actitud da un tono amistoso y propicio para la introducción al tema: Buenos días, señor Gómez. Ha pensado Señor González, en comprarse ...?. Cómo está, señor García?. Felicidades, señor López, ha sido agraciado ...

Modernamente se considera que el saludo epistolar es muy convencional. Quienes defienden esto no están falto de razón en buena lógica. Tal es el caso de la National Office Management Association (NOMA) de Estados Unidos. Esta asociación ha creado un modelo de carta en el que la salutación ha sido eliminada al tiempo que otros aspectos de la carta comercial. De hecho es la línea de referencia o asunto la que sustituye a la salutación. Quienes defienden esta postura afirman su carácter práctico y eficaz al eliminar palabras inútiles. Los contrarios a ella señalan la brusquedad y descortesía que suponen dirigirse a alguien sin saludarle previamente. Una comunicación sin saludo elimina todo tono afectivo, deshumanizando las relaciones comerciales ya de por sí bastante deshumanizadas.

En algunas cartas preferentemente comerciales se suprime la salutación en beneficio de un tono cordial y afectivo al aprovechar el párrafo introductorio del cuerpo de la carta para citar nominalmente al receptor o destinatario.

II. CUERPO DE LA CARTA

La carta es como una visita. Cuando visitamos a alguien procuramos presentarnos de manera educada, saludamos atentamente a quien nos recibe y pasamos a exponerle de manera ordenada el motivo que nos ocupa. Una vez tratado el asunto objeto del encuentro nos despedimos cortésmente de nuestro anfitrión. Este mismo sentido tiene una carta comercial.

En el cuerpo de la carta podemos distinguir tres partes principales el párrafo de introducción, el párrafo o párrafos de desarrollo y el párrafo de cierre.

7. El Párrafo Introductorio. Tiene por objeto despertar el interés del lector y captar su atención. Ello debe intentarse siempre si se desea obtener buenos frutos de la correspondencia. Jamás podremos lograr la atención de nadie si antes no hemos sido capaces de despertar su interés.

Este párrafo introductorio debe ser breve, no ha de ocupar más de dos o tres líneas. Pero cómo despertar el interés y lograr la atención del lector en dos o tres líneas?. Es difícil, para conseguirlo se debe tener en cuenta tres observaciones:

1. Hay que lograr que desde el principio la carta tenga un enfoque atractivo que predisponga al lector a seguir leyendo.
2. Hay que evitar los titubeos y las indecisiones en la primera impresión.

3. Hay que buscar siempre la inspiración de una frase acertada: "Agradezco su carta de fecha 25 ..."; "La información que amablemente nos ha remitido"; "El pedido que tan razonablemente nos reclama"; "Gracias, mi querido amigo, por sus frases de aliento y esperanza ...".

No todos los párrafos introductorios deben ser iguales. Al contrario, debe haber uno para cada situación planteada. Pueden ser motivados por algún antecedente o sin justificación aparente.

8. Los Párrafos de Desarrollo. Son también conocidos como texto de la carta. Tienen como misión exponer claramente al lector el motivo de nuestra misiva.

1. Expresando detenidamente el propósito de la carta.
2. Argumentando en favor o en contra de una tesis o postura.
3. Aclarando alguna idea central. Cuando de esto se trate, habrá que recurrir a ideas secundarias, por lo que debe tenerse en cuenta que estas deben desarrollarse únicamente en función e interés de la línea central y jamás competirán con ella. Todo lo que no aclare la idea central, la oscurece.

El texto de la carta debe regerirse a un solo asunto, por lo que debe evitarse mezclar distintos temas en una carta. No obstante, en la práctica se dan situaciones en las que hay que tratar distintos asuntos dentro de una misma carta. Para que esto sea posible debe existir entre ellos una cierta relación. Cuando así ocurra, los distintos asuntos se expondrán en orden de importancia, de forma que queden claramente delimitados. Se puede recurrir a seriarlos con letras o números, subtítulos, subrayados, etc.

Cuando en el texto de la carta precisemos hacer alguna cita, la des-

tacaremos de alguna manera, por ejemplo, poniendo en un párrafo la cita en letras mayúsculas o con distintos márgenes.

Las citas deben transcribirse tal cual vienen, particularmente en correspondencia oficial, sin modificar nada, ni siquiera las faltas o incorrecciones de lenguaje. Si ésto sucede, detrás de la palabra incorrecta se pondrá (sic), que equivale a decir que así viene en el texto, por lo que la falta no es nuestra. Ej.: "Pablo se mantuvo iniesto (sic) durante toda la ceremonia".

Si es preciso destacar una o más palabras dentro del texto, a fin de señalar su importancia, se puede recurrir a algunos de estos medios: subrayar la palabra o palabras o escribir la palabra con letras mayúsculas.

Cuando lo que se desea destacar pertenezca a una carta de propaganda se puede resaltar:

- Sombreado de alguna manera las palabras o el párrafo.
- Escribiendo con tinta roja lo que nos interese destacar.
- Encerrando lo destacable con un círculo hecho a mano.
- Señalándolo con flechas o garabatos llamativos y estéticos.
- Recurriendo a cualquier otro sistema que pueda llamar la atención sin caer en extremos chabacanos.

El Párrafo de Cierre. Es el párrafo que finaliza el cuerpo de la carta. Debe reunir las siguientes características:

1. Introducir al lector a la acción.
2. Su conclusión de lo argumentado en el texto. Es el cierre natural y lógico de lo explicado, sin reacciones ni posturas fuera de lugar.



3. Su confirmación de lo que razonadamente se ha ido dejando sentir en el desarrollo del texto. Su aparición debe ser convincente, pero sin brusquedad.
4. Exponer nuestra postura definitiva en el asunto.
5. Contener la invitación con la que amablemente inducimos al lector a que corresponda a nuestros deseos.
6. No debe ser largo (dos o tres oraciones gramaticales).
7. No debe introducir nuevas ideas. Si es preciso, se debe escribir una nueva carta.

Para conseguir un párrafo final adecuado conviene tener en cuenta las peculiaridades de cada carta.

III. DESPEDIDA Y OTROS ELEMENTOS

9. La Despedida. Concluido el texto de la carta debemos despedirnos adecuadamente demostrando el afecto o grado de amistad que nos une a la persona que nos dirigimos. La despedida es una fórmula de cortesía que ha sufrido variaciones en los últimos tiempos. Hoy se tiende a lo práctico y sencillo, por lo que van olvidándose las fórmulas antiguas, tales como: "aprovecho gustoso la ocasión para saludarle atentamente y quedar de usted atento y seguro servidor que estrecha su mano".

La despedida debe estar a tono con el saludo y el contenido de la carta debiendo guardar su misma orientación y formalidad. No sería razonable comenzar con un "distinguidos señores" y despedirnos con un "os saluda atentamente"; debe guardar relación con el grado de amistad y atención que dispensemos al lector.

Algunas fórmulas de despedida que se emplean con frecuencia y que han ganado la atención de los correspondientes por su delicada simpleza son:

Atentamente; Muy Atentamente; Le saluda atentamente; Con nuestros mejores deseos; Sinceramente; Con nuestros cordiales saludos; Con todo respeto; - Cordialmente; Respetuosamente; Afectuosamente; Con atentos saludos.

En circunstancias especiales se puede llegar a crear una despedida o riginal; por ejemplo, en las comunicaciones de propaganda.

En las despedidas no se debe emplear nunca palabras abreviadas. Esto estaba permitido en tiempos en que la despedida ocupaba en ocasiones - más papel que el propio texto de la carta.

Invariablemente, después de la frase de despedida, debe ponerse una coma, aún cuando la puntuación usada sea la abierta. La despedida debe ir a dos espacios de la última línea del párrafo de cierre del cuerpo de la carta, y, normalmente, a partir del centro de la página hacia la derecha, aún cuando ésto depende del estilo de la carta.

10. La Antefirma. Las empresas y sociedades mercantiles en general suelen estar convenientemente organizadas y divididas en secciones o departamentos, al frente de las cuales hay un responsable que firma la correspondencia en nombre de la empresa. La antefirma es la línea en que figura la denominación o razón social en nombre de la cual el responsable de la sección firma la carta.

La antefirma suele ir a dos o cuatro espacios de la línea de despedida y a tope con el margen izquierdo o hacia la derecha a partir del centro de la línea de escritura. Dependerá del estilo en que se escriba la carta. Puede constar de una o dos líneas. La primera de ellas ocupará - el nombre o razón social, escrito preferentemente con letras mayúsculas, y, si el nombre es demasiado largo, pueden usarse abreviadas algunas palala

bras de él, pero sólo los nombres de común o común: Compañía, General, etc. Ej.:

CIA. GRAL. DE PRODUCTOS QUIMICOS S.A.

Si se utiliza en la antefirma una segunda línea, ésta puede tener la misión de señalar la sección que escribe la carta o la autoridad con que la firma el responsable. En esta línea se emplean únicamente letras minúsculas, incluso para las letras: p(por); p.d. (por delegación); p.p. - (por poder); p.a. (por autorización); p.o. (por orden), que indican la autoridad con la que se firma la carta.

Cuando se indica la sección que origina la carta, debajo de la firma deberá ir el nombre que identifica al firmante. También se puede indicar cuando se firma por poder o por delegación (p.p., p.d.). No así cuando se firma por orden o autorización, debido a que suelen ser comunicaciones sin gran responsabilidad.

11. La Firma. Es el nombre y apellidos de una persona que ésta escribe como rúbrica al pie de un escrito, documento o carta, escritos de mano para darle autenticidad o para obligarse a lo que en él se dice o afirma. Toda carta debe ir firmada. De no llevar firmar un escrito se dice que él es un anónimo. El empleo de la firma está universalmente admitida por la etiqueta comercial.

Hoy se va extendiendo la buena costumbre de escribir debajo de la firma el nombre del firmante y su cargo. De esta costumbre se derivan innumerables ventajas para quien recibe la carta, sobre todo cuando hay muchas personas cuya firma es ilegible.

La firma es necesaria en una carta porque:

- a) Debe haber siempre una persona que se responsabilice de su contenido.
- b) Es un medio de prueba que cierra y legaliza las operaciones mercantiles.

En caso de litigio, una carta firmada puede ser presentada como prueba testifical.

La firma consta de tres partes:

1. Parte autógrafa: Es el nombre y la rúbrica escritos por el firmante - de su puño y letra. Nunda debe faltar. Causa muy mala impresión recibir sin firmar cualquier comunicación por simple que sea. Por el contrario, el lector se siente gratamente dispuesto cuando al pie del escrito encuentra una firma.
2. Línea de identificación del firmante: No todas las firmas son legibles y hay ocasiones en que es difícil saber quien firma una carta. Hoy se emplea siempre ésta línea que nos facilita la identificación de una firma garabateada e incomprensible. Únicamente se omite en los casos de correspondencia particular si el nombre del firmante está impreso en el membrete.
3. Línea del Cargo: Va inmediatamente debajo de la línea de identificación y en ella se menciona el cargo de quien firma la carta. Esta línea se omite cuando en la antefirma figuran las letras p.p. o p.d. que como se sabe indican que la persona que firma lo hace por orden o por delegación de la empresa.

Cuando se escribe en papel sin membrete será en esta línea donde se indicará la dirección del responsable que firma la carta. Nunca se deben abreviar los cargos que se indican en ésta línea.

Se está extendiendo la costumbre de cambiar la situación de las dos líneas escribiendo en primer lugar la del cargo e inmediatamente debajo -

la de identificación. En este caso se eliminarán las iniciales de identificación correspondientes al responsable de la carta, pero no las de la persona que la mecanografía, que podrán ir a continuación de la línea de identificación separada de esta por una diagonal. De la siguiente manera puede quedar una firma:

Con nuestros mejores deseos,

RESPICIO Y COMPAÑIA

Luis M. Vásquez
Gerente

Atentamente,

GONZALEZ Y GONZALEZ, S.L.

Gerente

Luis M. González/cr.

La firma debe ir inmediatamente debajo de la antefirma. De no usarse ésta, debajo de la despedida. Cuatro espacios más abajo se mecanografiarán la línea de identificación y la del cargo. Podrá empezar a tope del margen izquierdo o en el centro de la línea de escritura, según sea el estilo de la carta.

Hay situaciones en las que una mujer es quien firma la carta, cuando esto sucede, es preciso dar al lector las pistas suficientes a fin de que al contestar, pueda dar a la dama el tratamiento que le corresponde por razón de estado civil. Los casos que se pueden presentar son los siguientes:

Si es soltera, la línea de identificación deberá ir precedida de la palabra señorita entre paréntesis y abreviada (Srta.).

(Srta.) María Ballesteros

Si es casada, pueden darse dos casos, según se trate de:

a) Países donde la mujer conserva los apellidos de soltera:

- Puede anteponer a la línea de identificación de la firmante la palabra señora entre paréntesis y abreviada (Sra.).

(Sra.) Ana Cristina Ramos

- Puede usar como segundo apellido el primero de su esposo precedido de la preposición de. Si existe vaguedad se emplearán los dos apellidos del esposo:

Pilar Mateos de Terán Varea

Dolres Janes de Castillo.

b) Países donde la mujer al contraer matrimonio adopta los apellidos del marido, podrá firmar:

- Con su nombre y apellidos de soltera únicamente en casos en que sea ya conocida por ellos.
- Con los apellidos del marido en situaciones en que no sea conocida, indicando la palabra señora como en el caso anterior.

(Sra.) Terán Varea

(Sra.) Pilar Terán.

- Con su nombre y apellidos de soltera, pero poniendo en la línea de identificación señora de ...

Sra. de Terán Varea

Sra. de Malo Moscoso

Si la mujer que firma es viuda, puede firmar conservando los apellidos del marido, en este caso la línea de identificación irá precedida de la palabra señora:

(Sra.) María Dolores Salinas.

En caso de conservar sus apellidos, deberá poner después de su primer apellido Vda. (viuda) de ...

María Dolores Castro Vda. de Salinas

Si lo desea puede firmar con sus apellidos de soltera. Decidirá como desea ser tratada, si de señora o señorita, haciéndolo constar en la línea de identificación:

(Srta.) Alexandra Rivadeneira Sra.) Olga Caviedes

Si es divorciada, podrá optar a ser tratada como señora o señorita y así lo hará constar en las formas indicadas.

Al firmar una carta se debe procurar que el color de la tinta sea azul, negro o azul-negro. No se debe usar otro color ni aun en los casos en que exista confianza entre comunicante y comunicado.

No se debe subrayar nunca la línea de identificación del firmante.

La palabra (fda.) firmada, no debe anteponerse a la línea de identificación. Ninguno de los nombres propios que vayan en primer lugar, ni los apellidos, aparecerán abreviados o con inicial. Se pondrá Juan C. Tobar García y no J.C. Tobar García.

12. Las iniciales de Identificación. Son las iniciales de las personas que han participado en la redacción, escritura o firma de la carta. Mediante ellas se sabe en cualquier momento la persona que tiene relación con un determinado asunto, quien es el responsable del contenido de la carta y quien es la persona que la mecanografió. Generalmente se escriben a tope con el margen izquierdo, dos líneas más abajo de la firma,

Estas son las distintas posibilidades que pueden presentarse:

Redactor-Firmante y Mecanógrafo:

a) El nombre del redactor-firmante está indicado en el membrete: en este

caso sólo se escribirán las iniciales de la persona que mecanografió la carta con dos o tres letras minúsculas o mayúsculas:

amo: equivalen a Ana María Olivares

DT: Dolores Tobar.

b) El nombre del redactor-firmante no figura en el membrete: se emplearán dos o tres letras mayúsculas y dos o tres letras minúsculas separadas una diagonal o por dos puntos. Ej.: JCM/cr. Las letras minúsculas corresponden al redactor-firmante, en este caso Juan Castillo Muñoz, las minúsculas a la mecanógrafa Carmen Ramos.

Firmante y Redactor-Mecanógrafo:

No deben figurar las iniciales del firmante por aparecer indicado su nombre en la línea de identificación de la firma. Las iniciales que se deben consignar son las del redactor-mecanógrafo precedidas de rm (redactor-mecanógrafo) rm:AB.

Firmante, Redactor y Mecanógrafo:

Como en el caso anterior, al firmante no se le alude por estar claramente especificada su personalidad en la línea de identificación de la firma. Al redactor se le conceden las primeras iniciales mayúsculas y al mecanógrafo las restantes en minúsculas. Ambas iniciales mayúsculas y minúsculas separadas por la diagonal o dos puntos: MN/ap. Manuel Núñez es el redactor y Andrea Paredes la Mecanógrafa.

Hay impresos que tienden a omitir la línea de identificación de la firma cuando es la misma persona la que redacta y firma la carta. En estos casos se deja únicamente la línea del cargo en la firma y dos líneas más abajo, empezando a tope del margen izquierdo, el nombre del firmante (que sustituye a las iniciales de identificación) seguido de las iniciales

del mecanógrafo.

GENERAL ESPAÑOLA DE CONFECCIONES

Director Gerente

Antonio J. Marchos/hc.

En empresas con servicio de correspondencia centralizado se suelen identificar las personas que intervienen en la confección de las cartas, por números. No es difícil encontrarse referencias como: 32/317.

Otras veces se utiliza los distintos signos (punto, guión, línea inclinada) para indicar con ellos la forma cómo el mecanógrafo ha procedido en su trabajo y el grado de responsabilidad que por tal concepto le corresponde.

Ej.: MR.om MR-om MR/om

En estos ejemplos, el punto indica que la carta fue tomada al dictado directamente o mediante dictáfono; el guión, que el mecanógrafo recibió instrucciones; y la línea inclinada, que sólo le fueron dados los datos.

13. Visado. Además de la identificación anteriormente expuesta, sucede a veces que en empresas o departamento particulares u oficiales, por la cantidad extraordinaria de negocios o asuntos a su cargo, el Jefe encargado de firmar la correspondencia, sólo lo hace en forma rutinaria, sin detenerse a averiguar la exactitud de cuanto le presentan a la firma. En estos casos, para estar seguro de que lo que firma está ajustado a la verdad y escrito en forma conveniente y correcta, se utiliza un procedimiento que se llama VISADO, a cargo del Jefe de Sección o persona responsable de las consecuencias que pudieran derivarse de dichas comunicaciones.

Para ello basta con asentar encima o debajo de las iniciales identificadoras, o bien sobre éstas, en forma cruzada y sin ocultarlas, un signo convenido que pueden ser las iniciales simplemente o enlazadas, la media firma (apellido o apellidos), en fin, un rasgo característico cualquiera, que sea fácil de reconocer a simple vista.

14. Anexos, inclusos, adjuntos. Cuando a la carta se acompañan otros documentos (letras de cambio, cheques, pagarés, facturas, recibos, copias, etc.) se indica esta circunstancia mediante las abreviaturas: An. (anexo); Inc. (incluso); Adj. (adjunto), colocadas a un espacio debajo de las iniciales identificadoras, partiendo del margen izquierdo y seguidas del detalle, en pocas palabras, respecto de los papeles o documentos que se envían.

Ejemplos:

An.: Fact. N° 0853, por \$ 6.450,00

Inc.: Ch./387659, por \$ 35.729,00

Adj.: Una copia.

Si lo que se envía junto con la carta consta de varias piezas, se pueden detallar éstas, indicar simplemente el anexo o expresar solamente el total, puesto que en el texto ya se ha hecho mención de cada uno de ellos.

Ejemplos:

An. 1 hipoteca

1 recibo

1 copia

2 pólizas de seguro

An.: Lo indicado

Cinco anexos.

15. Post-scriptum (Post-Data). Es lo que se añade a una carta ya conclui

da y firmada. Recibe este nombre desde los tiempos en que las cartas se fechaba inmediatamente antes de la firma al final de la carta. Esta costumbre de la fecha a continuación del texto prevalece todavía en los escritos oficiales, instancias, oficios, etc., que reservan el encabezamiento para el tratamiento.

Lo que se decía una vez cerrada la carta se precedía de las iniciales P.D. (Post-Data). Cuando la fecha pasó a la parte superior de la carta estas iniciales fueron sustituidas por las P.S. (Post-Scriptum). En algunos casos y al arbitrio del firmante, se omiten tanto unas como otras iniciales cuando se añade alguna idea a la carta ya concluida.

La posdata adquirió carta de naturaleza con la aparición de la máquina de escribir. Al escribir una línea manuscrita por mano del firmante haciendo alguna recomendación o saludo, se daba autenticidad a la comunicación. Por regla general se debe procurar evitar la posdata, planificando previamente el borrador de la carta.

La posdata debe ser escrita dejando una línea en blanco después de la última línea de la carta, cualquiera que sea esta línea; se la utilizará siempre que se haya olvidado consignar en el texto algún dato que sea considerado de interés; y, por lo mismo no debe ser larga. De haber omitido en el cuerpo de la carta una información cuya exposición sea extensa, debe repetirse la carta o escribir una nueva.

16. Nota Bene N.B. Esta expresión o simplemente NOTA, quiere decir "fíjese bien", "observe con cuidado", "atención" y se utiliza, a diferencia del P.S., para llamar la atención sobre algo que interesa de la carta, y para dar énfasis expresamente a ciertos conceptos de los ya expresados en la misma. Surten buen efecto, particularmente en

las cartas de venta.

Ejemplo:

N.B. Nuestro surtido de telas nacionales ganó el concurso 1980 de originalidad, calidad y buen precio.

Hay que tomar muy en cuenta que si ya se ha hecho del P.S., no debe recargarse la carta con más notas o complementos, los cuales la harían además de impresentable, impropia de un corresponsal que se precie de ordenado y eficiente.

17. Vale. Después de cada uno de los complementos expuestos (P.S., P.D. y N.B.), y separada por un punto, se escribe la palabra VALE, preferentemente así, en mayúsculas. Con ella se expresa un último adiós o postrer despedida, ya que su significado original es "conservate sano".

Para dar autenticidad al complemento que remata la palabra VALE, debe dibujarse de puño y letra del remitente, la rúbrica o visado, de manera que no sea precisamente repetición de la firma ya estampada al final del texto de la carta.

Ejemplo:

P.S. Espero que su regreso a ésta sea para el 28, como fui gratamente informado. VALE.

18. Indicación de Copias. Cuando se envía la copia de una carta a personas de la misma o distinta empresa o a otro departamento, se consignará, en una línea que debe estar situada dos espacios más abajo de las iniciales de identificación, la expresión cc o c.c. (copia carbón), seguidas del nombre de la persona o departamento, a quien se manda duplicado de la carta. Ej.:

JC/gmo.

c.c.: Carlos Ortega

Cuando sean varias las personas que reciben copia del escrito, se indicarán todas por orden alfabético o por cualquier otro orden pertinente.

Ej.:

c.c.: Señores Ortega, García García y Díaz González.

Disponiendo de sitio en la carta se podría indicar una relación co-lumnada de las personas que reciben copia. Ejemplo:

c.c.: Sr. Ortega
 Sr. García García
 Sr. Díaz González
 Servicio de Métodos.

A veces se envían lo que se denomina "copias ciegas" de una carta a persona o personas distintas del destinatario. Se llaman así porque la referencia del envío sólo figura en las copias y no en el original, de modo que el destinatario ignora que estas copias se han enviado.

19. Continuación en la página siguiente, segundas, terceras, etc. pági-
 nas. Cuando la carta es demasiado larga puede ocurrir que una hoja no sea suficiente. En tal caso, no se debe continuar una carta al dorso del papel. Conviene tener preparadas hojas de la misma calidad de papel que la principal de la carta. Estas hojas suplementarias pueden tener impreso el mismo membrete, o un extracto de él si es demasiado amplio, o bien pueden ir completamente en blanco sin impresión de ninguna clase.

En las segundas hojas se debe consignar siempre:

- a) El nombre de la persona o entidad a la que va dirigida la carta.
- b) La fecha, que será la misma que consta en la hoja principal.
- c) El número de hoja.

La disposición de estos datos puede realizarse de dos maneras:

- En línea: todos en la misma línea guardando los márgenes de la carta.

Ej.:

Dr. Jesús Castro Bueno

23 de julio de 1981

Página 3

- En bloque: cada dato en línea distinta, a tope con el margen izquierdo.

Ej.:

Dr. Jesús Castro Bueno

23 de julio de 1981

Hoja 3

El texto de la carta debe continuar cuatro líneas más abajo de la última de los datos, debiendo guardar la misma relación de márgenes que en la hoja principal de la carta.

En el caso de que se tenga la seguridad de no emplear más de dos hojas y siempre que la carta no sea de excesivo protocolo, también se pueden poner:

- Al fin de la hoja principal, en el ángulo inferior derecho: ./...

- Al principio de la segunda hoja, en el ángulo superior izquierdo ./...

A veces el mecanógrafo se encuentra con situaciones un poco embarazosas, en las cuales debe desenvolverse en forma inteligente y eficiente. Uno de esos casos es, por ejemplo, el que se presenta cuando escrito todo el texto de la carta, queda por escribir la despedida y demás partes como antefirma, firma, etc., o bien sólo faltan la firma y sus complementos. Esto quiere decir que hay que utilizar otra página para unas pocas líneas

Ante semejante problema, y por cuanto la segunda página debe presentar un aspecto más agradable que el que se obtiene con solo la despedida, firma, etc., se impone la necesidad de repetir la primera página para hacer una mejor distribución de la carta y lograr que por lo menos dos líneas del texto pasen a la segunda página.



Concepto de Sobre. El sobre es la pieza de cubierta de la carta comunicación escrita para garantizar el secreto de la correspondencia, es el complemento de la carta y naturalmente deberá ajustarse con exactitud al tamaño y estilo de la misma.

Hasta hace más o menos unos 150 años no se usaba el sobre para el despacho de la correspondencia, haciéndolo sencillamente en forma de rollos. En el año 1814 se empezó a fabricar en Inglaterra un tipo de cubierta que a la larga (1839), se convirtió en el tan conocido e imprescindible sobre actual. Sin embargo, la idea de engomarlo para facilitar la tarea del cierre, fue resultado de innovaciones posteriores.

En la escritura del sobre es conveniente tener en cuenta las siguientes instrucciones:

- a) El nombre y dirección del remitente pueden timbrarse en la parte superior izquierda, a dos líneas o espacios del borde superior y a dos espacios de la orilla o borde lateral izquierdo. También puede escribirse en la pestaña o cierre.
- b) Para el nombre y dirección del destinatario, debe empezarse la primera línea un renglón más abajo del centro vertical del sobre, o sea, una línea más abajo de la mitad y cinco espacios hacia la izquierda del centro horizontal del sobre.

Cuando la dirección se escribe a doble espacio (como usado), empieza se en el mismo centro vertical del sobre.

La dirección del sobre se escribe usando puntuación abierta o cerrada.

Importancia. El sobre es un elemento importante debido a que:

- a) Encierra el mensaje y garantiza su custodia y secreto.
- b) Es el primer elemento de contacto entre comunicante y comunicado.
- c) A veces se hace en él propaganda de las actividades del remitente.

El papel del sobre debe ser de calidad aproximada al de la carta. Hoy no se sigue esta norma con rigurosidad. Las empresas que tienen una correspondencia numerosa establecen distinción en la calidad de ambos papeles a fin de hacer economías.

Los sobres deben estar litografiados (o forrado) en su interior de tal manera que adquiera la opacidad suficiente que garantice que su contenido no pueda ser leído.

En cuanto a los colores de los sobres se puede establecer la siguiente clasificación:

- a) Sobres para asuntos sociales y administrativos:
 - Los más corrientes: blanco, crema ó azul claro.
 - Los menos corrientes: verde claro y amarillo apagado.
 - Los más elegantes y de mayor respeto: blanco, crema almesado o gris tenue azulado.
- b) Sobres para correspondencia particular:
 - El de rigurosa etiqueta: blanco.
 - En la correspondencia de damas y jóvenes: de acuerdo con el color del papel de la carta.

Elementos. Son las distintas partes que se imprimen o mecanografían en el sobre a las que se puede agregar el estampillado o sello. Estas partes son:

1. El membrete: El sobre deberá llevar el mismo que la carta. Su misión es ayudar al correo en las devoluciones de las car

tas cuando no se encuentra el destinatario.

2. La Dirección del Destinatario: Debe reproducirse con todo detalle la dirección interior de la carta. Debe ser lo más completa posible. Los elementos que la integran pueden ser
- a) Nombres y apellidos del destinatario; de tratarse de una empresa se consignará la Razón Social.
 - b) Calle, plaza, pasaje, etc., acompañada del número, letra o nombre del edificio.
 - c) Localidad y número del distrito o zona asignado a la calle.
 - d) Provincia, Estado o Distrito Federal.
 - e) País, cuando las cartas salgan al extranjero.

Si el destinatario tiene asignado apartado o casilla de correos, se omitirá la calle y en su lugar se indicará el número de apartado asignado.

En algunos países ha sido asignadas para el apartado las siglas "P.O. Box" seguidas del número correspondiente.

3. Anotaciones Circunstanciales: Personal, confidencial, impresos, etc.

Disposición den el Sobre de los distintos elementos:

En la escritura del sobre se deben tener en cuenta las indicaciones hechas respecto a la presentación de la cartas en cuanto a pulcritud y buena presentación.

El membrete puede emplearse como publicidad, en este caso podrá situarse en cualquier lugar del sobre, pero cuidando siempre que guarde la estética del conjunto y se adapte a las disposiciones legales sobre el estampillado.

Siendo el membrete de una persona particular debe adaptarse a las si-

güentes normas:

- a) Situado en el ángulo superior izquierdo, si se trata de sobre sistema americano.
- b) En el ángulo inferior izquierdo tratándose de sobre corriente.
- c) En la solapa de cierre de ambos sistemas.

El sello o estampillado debe situarse siempre en el ángulo superior derecho. La dirección del destinatario se debe escribir pensando que su objeto es hacer que la carta circule hasta su destino sin encontrar inconvenientes. Esta es la razón por la que debemos escribir unas señas claras y completas.

Para escribir la dirección se recomienda empezar una línea más abajo de la mitad del sobre y algo a la izquierda del eje vertical. La disposición en bloque -todas las líneas comienzan en un mismo margen- es la más seguida modernamente.

Anotaciones: Deben hacerse en el ángulo inferior izquierdo si se encuentra libre del membrete. Han de ser parcas, limitado a lo mínimo: privada, confidencial, personal, impresos, etc. Únicamente si se trata de certificados se consignará en lugar perfectamente visible y con tinta que destaque.

3.3.1. PRINCIPALES ESTILOS DE CARTAS Y SOBRES

Por la disposición sobre el papel de los distintos elementos que componen una carta, se destacan los siguientes estilos:

ESTILO BLOQUE EXTREMO: También se denomina bloque total.

- Características:

. Todas las líneas del principio al fin empiezan a tope del margen iz-

quierdo, es decir no está permitida la sangría.

- Puntuación:

- . Por lo general se emplea la puntuación abierta, siendo ésta la recomendada para este estilo.
- . Se emplea también, aunque más raramente la puntuación mixta.

- Ventajas:

- . Es más rápida la confección de la carta en este estilo que en cualquiera de los demás.
- . Al dejar un espacio entre línea y línea y dos entre párrafos, éstos destacan fácilmente haciendo armoniosa la presentación.
- . No necesita emplear el tabulador.
- . Se considera un estilo moderno.
- . Presenta un aspecto cómodo y práctico.

- Inconvenientes:

- . No presenta un conjunto equilibrado.
- . La presentación del mensaje tiene un aspecto de brusquedad.
- . No sugiere cortesía ni confianza.

En este estilo se puede emplear la línea de referencia a dos espacios de la dirección interior, o bien a dos espacios de la salutación, entre ésta y el cuerpo de la carta; además, en algunas ocasiones la fecha se suele poner del centro a la derecha en lugar de situarla a la izquierda a tope del margen, esto reporta alguna utilidad como es, por ejemplo simplificar y permitir la consulta de la fecha de una carta una vez archivada. También sirve para buscar un mayor equilibrio en el conjunto.

MODELO DE ESTILO BLOQUE EXTREMO

Loja, 22 de julio de 1981

Señor

Santiago Pérez Castro
Gerente de la Caja del Seguro Social
Ciudad

Estimado señor:

Hago referencia a su Oficio N° 0012-9 del 15 del mes actual, en el que solicita la pista del Club para el Baile Anual de la Caja del Seguro, acto que se realizará el día 1° de agosto del presente año.

Al respecto, lamento comunicarle que su solicitud ha sido negada, por resolución del Directorio, debido a que este organismo, en su sesión del 10 de noviembre de 1980, acordó no arrendar las canchas de nuestra Entidad - para esta clase de actividades.

Aprovecho la oportunidad para suscribirme de usted.

Muy Atentamente,


Gonzalo Paredes Sánchez
Secretario

GPS/crv

ESTILO BLOQUE MODIFICADO: Se trata de una variación o modificación del estilo bloque extremo. Busca mayor flexibilidad en el conjunto y logra un mayor equilibrio.

- **Características:**

- . La fecha debe terminar a tope del margen derecho. No obstante admite otras posiciones como por ejemplo, del centro de la hoja a la derecha o, en casos especiales, donde cuadre bien con el membrete y no desentone.
- . La dirección debe ir a tope del margen izquierdo.
- . Todas las líneas que forman el cuerpo de la carta deben asimismo comenzar a tope del margen izquierdo. También las iniciales de identificación, anexos, indicación de copia carbón, etc.
- . El saludo de despedida debe comenzar del centro hacia la derecha del papel.
- . Si se indica la antefirma, deberá ir en línea con el comienzo de la despedida y a dos espacios de ella.
- . El nombre del que firma, también alineado con la despedida y la antefirma, a cuatro espacios de ellas. Si el cargo de la persona que firma ocupa poco lugar, se escribe a continuación. De ser largo, se omite, indicando en línea inmediata el departamento a que pertenece.
- . Este sistema no lleva tampoco sangría de ningún tipo.

- **Puntuación:**

- . Para este estilo se emplea la mixta o standar.

- **Ventajas:**

- . Parece pulcra y práctica.
- . Tiene una presentación atractiva.
- . Es rápida de escribir.
- . Muy equilibrada.
- . Siendo moderna y práctica, es también muy tradicional.

MODELO DE ESTILO BLOQUE MODIFICADO

Loja, 23 de julio de 1981

Señores
Almacenes TIA
Quito.

Estimados señores:

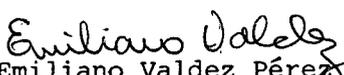
Con respecto a los artículos a los que se refiere su pedido del 2 del presente mes, sentimos manifestarle que lamentablemente, por ahora, no nos es posible enviarles lo que nos solicitan, en razón de haberse agotado - nuestras existencias de insecticida marca SUPER. En su lugar, estamos en condiciones de remitirles un producto similar que tiene gran aceptación - entre nuestra clientela y de cuyas características pueden informarse en el prospecto que les adjuntamos a la presente.

En caso de aceptar la insinuación que les hacemos y a fin de ganar tiempo les rogamos se sirvan confirmar el pedido por telegrama, y nosotros les despacharemos la mercadería a la brevedad posible.

Hasta tener el gusto de recibir sus órdenes, nos suscribimos de ustedes,

Muy Atentamente,

p. El Campo S.A.


Emiliano Valdez Pérez
Gerente

EVP/crv

Adj.: Lo indicado

ESTILO SEMIBLOQUE: Es la forma de escritura más usual.

- Características:

- . Tiene las mismas que el estilo bloque modificado a excepción de las primeras líneas de cada párrafo, que deben tener una sangría de 5 a 10 espacios cada una, dependiendo esto de la longitud de la carta.

- Puntuación:

- . Se emplea también la puntuación mixta, pero puede ocuparse la puntuación abierta.

- Ventajas:

- . Es el tipo de carta que más agrada a la vista, debido a que los lectores están acostumbrados a la sangría del comienzo de los párrafos en los libros, por lo que su empleo está muy justificado.
- . Es el estilo que más agrada al lector tradicional.
- . Los párrafos dentados ayudan a la lectura de la carta y facilitan la comprensión y desgloce de las ideas.

- Inconvenientes:

- . Hace perder tiempo al mecanógrafo que debe poner los tabuladores - para que la sangría sea por igual en todos los párrafos.

MODELO DE ESTILO SEMIBLOQUE

Loja, 23 de julio de 1981

Señor
Christopher Connely
Gerente de S.A. CITALO
Bruselas.

Estimado señor:

Contesto su carta del día 26 de junio del año en curso, en la cual usted se sirve comunicarme que me ha concedido la representación exclusiva para todo el país de los productos de su importante fábrica y, además, me indica las condiciones que regularán nuestras relaciones comerciales.

Deseo significar mi agradecimiento por la confianza dispensada y le participo que las estipulaciones fijadas las acepto sin reparos de ninguna naturaleza; pues, son de la misma condición que las que otorgan otras firmas comerciales en casos similares.

Para iniciar los trabajos le agradecería a usted se sirva enviarme cuanto antes los muestrarios, folletos de propaganda y todo el material necesario que usted lo juzgue conveniente. Espero que nuestras relaciones comerciales aumenten a medida que pasen los tiempos, ya que la línea de productos que ponemos en venta es completamente nueva y aspiro a que en el año en curso tendrá muy buena acogida, lo cual nos será de mutuo beneficio. Por mi parte pongo a disposición de su firma todas mis ejecutorias y conexiones comerciales para el logro de nuestra finalidad común.

Atentamente,


Juan Francisco Altamirano

JFA/crv



ESTILO BLOQUE CUADRADO:

- Características:

Sigue las características del estilo bloque total con las siguientes salvedades que le dan carácter propio:

- . La fecha debe situarse en la misma línea que la primera de la dirección interior, que es por lo general en la que se consigna el nombre del destinatario. Al contrario que en el bloque total, la fecha debe ir a tope del margen derecho.
- . Las líneas de la firma empiezan a tope del margen izquierdo.
- . El nombre de la compañía de la antefirma puede ser escrito o bien inmediatamente debajo del saludo de despedida y a dos espacios de éste, o debajo del nombre del firmante, en la línea del cargo.
- . Las iniciales de identificación se pueden omitir, o se indican únicamente las de la persona que mecanografió la carta, en la misma línea del nombre del firmante, pero al extremo contrario, es decir a tope del margen derecho.

- Puntuación:

- . Siempre se empleará la puntuación mixta.

- Ventajas:

- . Es de gran novedad y llama la atención.
- . Se pueden escribir más líneas por página.
- . Da gran sensación de equilibrio.

- Inconvenientes:

- . No agrada a los amantes de lo tradicional.

En las cartas demasiado largas pueda dar la sensación de apiñamiento.

MODELO DE ESTILO BLOQUE CUADRADO

Señores
Socomal C.A.
Cuenca.

Loja, 23 de julio de 1981

Distinguidos señores:

Hemos leído el aviso publicado por ustedes en el Diario El Universo de anteayer, en el que indican que tienen en existencia ceras de piso y linóle una marca "Tres en Uno"

Estamos interesados en hacer un pedido de alguna significación y por esta circunstancia solicitamos a ustedes se sirvan suministrarnos las cotizaciones respectivas para ventas al por mayor, con pago al contado y también las condiciones acordadas para ventas a crédito.

De ser posible, deseamos que nos envíen los muestrarios existentes con el objeto de hacer demostraciones a nuestra clientela.

Quedamos en espera de sus importantes noticias, y con esta oportunidad nos suscribimos de ustedes muy atentamente.

p. ALMACENES GONZALEZ Y CIA.

JOSE IZQUIERDO C.
José Izquierdo C.
Gerente

ESTILO ESCALONADO: Es un estilo muy caprichoso, conservador y de gran trabajo para la confección mecanográfica de cartas. Se presta muy bien para cartas manuscritas, o bien las mecanografiadas, donde se desee destacar la fantasía del correspondiente. Su uso más apropiado puede ser para las cartas de promoción o publicidad.

- Características:

- . Todas las líneas de la dirección interior, a excepción de la primera, llevan respecto a la que precede 5 pulsaciones de sangría.
- . Asimismo, llevan sangría el nombre o título del firmante respecto a la línea de despedida. Esta comienza en el centro de la escritura o bien cinco espacios a la izquierda del centro del papel cuando alguna de las líneas de la firma sea larga.

- Puntuación:

- . Para este estilo se emplea la puntuación cerrada.
- . Si la carta no es mecanografiada, admite cualquier tipo de puntuación.

- Ventajas:

- . Como se ha indicado, es práctica para la correspondencia manuscrita.
- . Ofrece más espacios en blanco para resaltar el mensaje.
- . Da una nota de prestigio y confianza a las empresas.

- Inconvenientes:

- . Requiere un esfuerzo adicional para cada una de las líneas escalonadas.
- . El mecanógrafo ha de recordar constantemente el empleo de los distintos tabuladores de cada línea.
- . Tiene aspecto de anticuada e ineficaz. Por lo general se considera poco práctica en la correspondencia comercial.

MODELO DE ESTILO ESCALONADO

Montevideo, 23 de julio de 1981

Señor
Presidente de SEDIA,
Guayaquil, Ecuador.

De mi mayor consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted para informarle que el Directorio de UPADI en su sesión del día 5 de julio aprobó el Temario de Asuntos Técnicos para la X Convención, cuyo texto se adjunta.

Con dicho Temario se prosigue el relevamiento de la información básica para la formulación de planes de desarrollo iniciado en la IX Convención, así como para el establecimiento de las metas compatibles con esa organización y el programa preliminar de obras y medidas necesarias para el logro de esas metas, metas y programas que deberán prepararse y presentarse a la X Convención.

Invito a usted a organizar en su país el equipo de expertos que prepare la información que se solicita y que haga de su contribución a la X Convención, una brillante demostración del alto nivel técnico que me complace en reconocer.

Hago propicia la ocasión, para saludar a usted muy atentamente.


C. R. Végh Garzón,
Presidente

CRV/crv

Adj.: Temario

ESTILO DENTADO COLGANTE: También llamado estilo sobresaliente. Este tipo de confección se emplea frecuentemente en cartas de propaganda cuya finalidad sea llamar la atención del lector. También es muy útil cuando son cartas que tratan de varios temas que merecen ser convenientemente destacados.

- Características:

- . La primera línea de cada párrafo debe escribirse a tope del margen izquierdo.
- . Toda línea que no sea la primera de párrafo se escribirá respecto a ésta con una sangría de cinco espacios guardando verticalidad.
- . La dirección del destinatario y el saludo deben de ir a tope con el margen izquierdo.
- . Las iniciales de identificación se sitúan también a tope del margen izquierdo, aunque también pueden ir debajo de la posdata y a tope del margen derecho.

- Puntuación:

- . En este estilo se admite tanto puntuación abierta como mixta.

- Ventajas:

- . Atrae favorablemente la atención del lector. Es esto lo que la hace ser más eficaz en comunicaciones comerciales de propaganda.
- . Destaca cada tema de una manera especial.

- Inconvenientes:

- . Es lenta en escribir e incómoda de tabular.
- . Demasiado radical y tajante para ciertos negocios.
- . Atrae más la atención hacia la forma que hacia el contenido.

MODELO DE ESTILO DENTADO COLGANTE

San Francisco, 24 de julio de 1981

Señor
Eduardo González Rubio
GERENTE DE CORDELERIA NACIONAL,
Loja.

Distintudido señor González:

Gracias por su carta del día 10 de julio de 1981, mediante la cual solicita información completa sobre cordón plástico.

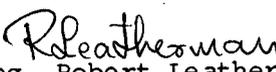
Al respecto debo comunicarle que tenemos en existencia alambre y cordón - plástico en todo los números así como también en muy variados colores para mayor conocimiento de ustedes incluyo folletos ilustrativos y muestrarios en donde podrá observar la maravillosa calidad de este producto.

Además, debo indicarle que el envío se lo realiza por vía marítima y es norma de nuestra empresa que el transporte sea por cuenta del comprador. Así mismo debe conocer que la cancelación de la mercadería se realiza de la siguiente forma:

- a) 40% a la orden del pedido,
- b) 60% a la recepción del mismo.

Sin otro particular y en espera de sus gratas órdenes me suscribo de usted, muy atentamente.

POR C.F. CORSEN & CIA.


Ing. Robert Leatherman
GERENTE

RL/crv

Adj.: Folletos ilustrativos y muestrario

ESTILO NOMA SIMPLIFICADA: Las siglas NOMA corresponden a las iniciales de la Asociación Nacional para la Dirección de Oficinas (National Office Management Association) de los Estados Unidos.

Han aplicado este nombre a las cartas confeccionadas según el plan de normalización para mejorar la correspondencia comercial, en la práctica se trata de una nueva variación del estilo bloque modificado.

- Características:

- . El ancho normal del cuerpo de la carta es de 6".
 - . Las medidas indicadas son para cualquier tipo de carta que se escriba, larga, mediana o corta.
 - . Utiliza márgenes uniformes para todas las cartas.
 - . Todas las líneas de la carta comienzan a tope del margen izquierdo.
 - . El asunto se escribe con letras mayúsculas y sirve de salutación introductoria al tema de la carta.
 - . Las distintas partes de la carta van separadas por tres espacios. Es to como medida de normalización.
 - . Cuando se trata de una carta corta, breve, el cuerpo debe comenzar a a proximadamente al centro del eje vertical de la hoja.
 - . La separación de los párrafos va a doble espacio.
 - . El margen final (inferior) debe presentarse sensiblemente superior a cualquiera de los otros.
- Por razones prácticas se omiten el saludo y la despedida de cortesía.
- . Las preguntas, listas, series o puntos similares en el cuerpo de la carta comienzan en el margen izquierdo cuando van precedidos de un número o letra que exprese un orden.
 - . No debe ponerse punto después de los números o letras de ordenación de las series.
 - . El nombre de la persona que firma la carta se escribe con letras ma-

yúsculas, cuatro o cinco espacios por debajo del final del texto de la carta. El departamento también puede ir en la misma línea, a continuación, pero con letras minúsculas. Esta línea debe comenzar a tope del margen izquierdo.

- . Las iniciales de la persona que mecanografió la carta debe escribirse a tope del margen izquierdo y dos espacios por debajo del nombre de la persona que firma la carta. Dos espacios más abajo de las iniciales de identificación deberán especificarse los anexos si los hubiera.
- . Los nombres de las personas o departamentos que reciben copia carbónica deben ir debajo del anexo, a dos espacios de él. De no llevar anexo irán debajo de las iniciales de identificación.

- Puntuación:

- . Siempre se utilizará la puntuación abierta.

- Ventajas:

- . Ahorra mucho tiempo.
- . Evita el empleo de frases rituales, el cual se va desechando con el tiempo por considerarse inútil.
- . Reune muchos aspectos prácticos que la hacen apropiada para empresas en las que hay que despachar mucha correspondencia.

- Inconvenientes:

- . Es una comunicación fría y rígida a la que se ha suprimido toda muestra de afecto.
- . Presenta los asuntos no ya directamente, sino con cierta brusquedad.
- . Es algo totalmente nuevo y, como tal, causa desagrado a las personas amantes de las formas tradicionales. Se puede afirmar que será difícil su adopción por los países latinos.

MODELO DE ESTILO NOMA SIMPLIFICADA

Loja, 24 de julio de 1981

Señores
C.F. CORSEN & CIA.
P.O. Box 178/121
San Francisco, California
Estados Unidos

REF.: CORDON PLASTICO:

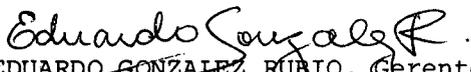
Incluyo a la presente muestrario del cordon plástico 2 x 20 en color blanco.

Les ruego comunicarme si ustedes podrán obtener una oferta de ese artículo, en los números 18, 20 y 22.

Algunos clientes de esta plaza están interesados en éste artículo y desean ver todos los colores existentes, por lo tanto - estimo conveniente que ustedes se sirvan enviarme un muestrario completo del material a fin de que los clientes puedan darse cuenta de la calidad del artículo.

Ultimamente todos los alambres y cordones plásticos han tenido buena acogida por lo que le suplico prestar especial atención a esta solicitud.

POR CORDELERIA NACIONAL S.A.


EDUARDO GONZÁLEZ RUBIO, Gerente

EGR/crv



LA CARTA ESPAÑOLA: Es un modelo que se adapta al estilo semibloque.

- Características:

- . La línea de saludo comienza con una sangría de cinco pulsaciones.
- . La línea de salutación debe cerrarse con dos puntos.
- . La línea del párrafo introductorio del texto de la carta debe comenzar a continuación de los dos puntos de la línea de salutación, pero dos espacios más abajo.
- . El margen derecho queda suprimido dejando el espacio mínimo para que pueda dividirse correctamente las palabras.

- Puntuación:

- . Siempre usa la mixta.

- Ventajas:

- . Es atractiva y bien dispuesta.
- . Es muy tradicional.
- . Util para cartas que contienen un asunto único.

- Inconvenientes:

- . Poco práctica al ser engorrosa de escribir.
- . Los modernistas la califican de demasiado protocolaria.

MODELO DE LA CARTA ESPAÑOLA

Loja, 24 de julio de 1981

Señor
Gerente de la Empresa Eléctrica
Regional del Sur S.A.,
Ciudad.

De mis consideraciones:

El constante favor de los clientes de toda la Provincia de Loja, nos conceden la mayor responsabilidad de estar atentos por el progreso de toda la ciudad y provincia, con ese afán nos hemos visto en la necesidad de crear una Sucursal para servir a todos los interesados en el ahorro. Nuestra sucursal se encuentra en la Parroquia Catamayo (La Toma), donde con eficiencia se encuentra de Gerente el Lic. Arturo Tapia, quien se encuentra acompañado por un personal rigurosamente seleccionado, los cuales saben cumplir con su deber para con todos los clientes - que lleguen al Banco, ya que su experiencia es la mejor referencia para esta Sucursal, que la pongo a su entera disposición con el mismo ambiente y cortesía.

Atentamente,


Lic. Oswaldo Burneo V.
GERENTE DEL BANCO DE LOJA

OBV/crv

ESTILOS DE SOBRES: Los principales estilos de sobres son los siguientes:

SOBRE PEQUEÑO: Que es el llamado tipo standard y tiene 10 1/2 x 24 cm.

Se utiliza generalmente para cartas circulares o pequeños mensajes, aunque muchas firmas lo han adoptado para el envío de toda su correspondencia.

SOBRE ALARGADO: Conocido también como el tipo Manarch, que prefieren algunas empresas. Para este tipo de sobre, las cartas se doblan en tres partes en forma horizontal.

SOBRE CUADRADO: Que por lo general mide 12 x 15 cm. Es muy usado porque se ajusta exactamente al tamaño del pliego de la carta cuando ésta se dobla en cuatro partes iguales.

SOBRE TAMAÑO OFICIO: Que tiene un tamaño aproximado de 14 x 24 cm. y fue ideado especialmente para la clase de papel que lleva el mismo nombre.

SOBRE DE VENTANILLA: El cual tiene un espacio -a veces abierto, a veces cubierto de papel transparente- en forma de ventanilla, a través de la cual se puede leer el nombre y dirección del destinatario. Su único fin es el de economizar tiempo y dinero. La carta o mensaje se prepara de tal manera que el nombre y dirección del destinatario coincidan con la ventanilla del sobre y puedan ser perfectamente visibles.

SOBRE INGLES O DE MANILA: Que es de papel grueso y fuerte a fin de que proteja bien su contenido. Se utiliza para envíos voluminosos, tales como de periódicos y revistas, folletos de propaganda, fotografías, documentos, etc. Los sobres de manila se fabrican en diversos estilos, tamaños, clases y colores; el color más común en los so

bres de manila es el sepia.

SOBRE PARA TARJETAS: Que se diferencia de los ordinarios solamente por su tamaño pequeño. Se utiliza para la remisión de tarjetas, pequeñas notas o cualquier otra comunicación de carácter muy breve.

3.3.2. PRINCIPALES GRUPOS DE CARTAS COMERCIALES

Dentro de la correspondencia comercial, encontramos varias clases de cartas. Cada una de ellas persigue un objetivo determinado y, por lo tanto de acuerdo al asunto de que traten se clasifican en:

- Cartas Circulares.
- Cartas de VEnta.
- Cartas de Pedido.
- Cartas de aviso de recibo de Mercadería.
- Cartas de envío o despacho de Mercadería.
- Cartas de Queja o Reclamación.
- Cartas de Solicitud de Crédito.
- Cartas de Solicitud de Informes y Referencias.
- Cartas de Solicitud de Empleo.
- Cartas Recordatorias de Cobro.
- Cartas de Cobro.

CARTAS CIRCULARES: Las cartas circulares son aquellas que por estar dirigidas a varias personas para comunicarles sobre el mismo asunto, se redactan de idéntica forma. Para facilitar el trabajo se multiplican mediante procedimientos diversos que van desde la simple copia en máquinas de escribir, hasta las multigrafiadas e impresas.

La fecha, dirección y saludo se dejan en blanco, a fin de ir llenando las a medida que se va despachando la circular a los distintos destina-

rios. La firma debe aparecer autógrafa directamente o mediante su reproducción en fotograbado, nunca con sello de caucho.

Una de las principales características de las cartas circulares, es que no requieren de una contestación, salvo contados casos como cuando se trata de una oferta que nos interesa.

CARTAS DE VENTA: Entre el considerable número de cartas de comercio, es la carta de venta la que ocupa puesto de primera categoría en el extenso campo de los negocios. Es pudiéramos decir la carta de comercio por excelencia, pues de ella depende el éxito del objeto primordial de las ocupaciones del comerciante.

Si las demás comunicaciones comerciales, en muchos casos no permiten calcular sus resultados, en cambio, las de venta, por el objeto tan concreto que persiguen, no dejan término medio: "venden" o "no venden".

Por la misión que cumplen, las cartas de venta sustituyen ventajosamente a la dispendiosa labor de un agente vendedor. Al "hablar" discreta y certeramente logra una labor de penetración muy eficaz en el ánimo de los compradores, pues cada vez que llega a una casa, realiza el prodigio de arrancar una venta y conservar a un cliente. Por la forma como son concebidas, por los datos que contienen y por la difusión de las ideas de bondad, calidad y precios convenientes, diseminación por todos los ámbitos nacionales y extranjeros y por la periodicidad con que circulan, las cartas de venta son un medio de propaganda comercial muy eficiente.

Conocida la finalidad que persiguen las cartas de venta y todos los datos y circunstancias relacionados con lo que se desea vender, hay que enfocar el esfuerzo hacia el conocimiento del destinatario.

CARTAS DE PEDIDO: Una vez en cuenta de todas las estipulaciones establecidas por el vendedor, el comprador procede a manifestar su conformidad, lo cual puede hacer por teléfono, telégrafo o carta. En los primeros casos, se hace muy difícil e incómodo detallar debidamente el pedido que se desea hacer, por lo tanto la carta, es la forma más correcta para estos casos.

El documento en el cual el comprador manifiesta la aceptación de todas las condiciones establecidas por el vendedor y, solicita el envío de la mercancía requerida, se llama pedido. Con este documento "la carta", el contrato de compraventa queda perfeccionado, pues ella es la culminación de la conformidad entre vendedor y comprador sobre la cosa objeto del contrato, el precio de la misma y demás condiciones, como las de entrega de la mercancía, pago del precio estipulado, etc. deben ser detalladas perfectamente en la carta de pedido.

La carta de pedido, dentro de los negocios ocupa un papel de muchísima importancia por las grandes ventajas que ofrece a las personas interesadas en la adquisición de mercaderías, así tenemos que evita los viajes constantes de las personas que desean realizar la compra de mercaderías, en ella se puede detallar claramente el tipo o clase de mercadería que se desea comprar, se pueden establecer muchísimos acuerdos con la persona que vende la mercadería.

CARTAS DE AVISO DE RECIBO DE MERCADERIA: Este tipo de cartas son generalmente muy cortas, los comerciantes hacen uso de ellas, para comunicar a la persona que envía la mercadería, la conformidad de haber recibido un pedido, o la desconformidad en ciertos casos.

En estas cartas, se pueden dar casos que son muy comunes dentro de los negocios, como sería indicar por ejemplo que falta algo o alguna mercadería que no ha llegado, que se equivocaron de artículo o producto, que llegó en mal estado la mercadería, etc. Es decir, que se pueden anotar - detalles relacionados con un pedido que se hizo previo el envío de la mercancía.

CARTAS DE AVISO DE DESPACHO DE MERCADERIA: El vendedor no debe conformarse y dar por concluida la tarea de vender, con sólo obtener la carta de pedido, pues si alguna cosa agrada al comprador es el darse cuenta de que el vendedor estima sus pedidos y lo tiene siempre en cuenta entre sus mejores clientes. Por este motivo, luego de que el comprador realiza su pedido, es necesario escribir unacarta en la misma que se le comunicará que las mercaderías que ha solicitado ya han sido despachadas de acuerdo a su pedido; además, se debe indicar en estas cartas el medio de transporte por el cual se envió la mercadería.

Luego que se detalla la forma del despacho de la mercadería, es conveniente además, dar las gracias por el pedido hecho a favor del comerciante que vende las mercaderías, este particular contribuye en mucho a aumentar y a afianzar los vínculos entre vendedor y comprador, a la vez que abre más ampliamente las puertas para la próxima visita del agente vendedor o de la carta de venta.

En esta clase de cartas se ha de tener sumo cuidado de no incurrir en el error de insistir en el deseo de seguir recibiendo o acaparando más y más pedidos, pues el propósito de la carta es, comunicar el despacho de un pedido y a la vez dar las gracias, por el mismo.

CARTAS DE QUEJA O RECLAMO: A tal efecto, el agraviado procede a redactar una carta de queja o reclamación en los términos que considera prudentes y adecuados al fin que se propone.

Ante tal circunstancia, el corresponsal se encuentra frente a un caso en que se necesita el cumplimiento de una serie de requisitos, sin los cuales nada positivo logrará, pues se han de tomar en cuenta aquí ciertas y determinadas condiciones que, como la prontitud, claridad, solidez, sinceridad, veracidad, fuerza, cortesía, precisión, concisión, serenidad y justicia, han de reinar a través de todo cuanto con tales motivos se exponga.

Las cartas de queja o reclamación, pertenecen al grupo de las de esfuerzo argumentativo, lo cual quiere decir que en ellas ha de haber un especial cuidado de parte del corresponsal o encargado de redactarlas, con el objeto de que sean eficaces en su finalidad y cumplan satisfactoriamente el papel que deben desempeñar en la vida de los negocios.

CARTAS DE SOLICITUD DE CREDITO: La necesidad de disponer de un determinado capital para el establecimiento y desarrollo de una empresa fabril o comercial, o para el cumplimiento de ciertas actividades propias del hombre de negocios, hace que el interesado gestione todo lo conveniente al goce y disfrute de los indispensable a tal fin, sin lo cual será negatoria toda labor encaminada al intercambio de bienes y productos.

Si el interesado de fomentar una industria o comercio, o en realizar una gestión determinada, como la importación, carece del numerario requerido para ello, pero en cambio goza de buena fama, de excelente reputación, con una palabra de CREDITO, acude a los Bancos, a los mismos comerciantes



o a otras Instituciones crediticias, donde le suministran cuanto sea conveniente a los fines propuestos.

Lo común y corrientes es que la solicitud se refiera a la obtención de determinada cantidad de dinero, pero también se da el caso de solicitudes de crédito de ciertas cantidades de productos o artículos con los cuales se puede instalar o aumentar el negocio del solicitante.

De todos modos éste habrá de hacerlo mediante una carta que se llama CARTA DE SOLICITUD DE CREDITO, y en la cual expondrá todo cuanto se refiere al asunto de que se trata, de modo de dejar claramente determinado todo aquello que tenga relación con sus aspiraciones y propósitos.

Las cartas de solicitud de crédito, por no requerir argumentación convincente, sino descripción de datos, pertenecen al grupo de las cartas de trámite o rutina, por lo que en la mayoría de los casos basta con llenar un formulario especial que, las mismas Instituciones de Crédito proporcionan al cliente o interesado.

CARTAS DE SOLICITUD DE INFORMES Y REFERENCIAS: Hemos afirmado ya que las casas comerciales e institutos de crédito que gozan de buena organización administrativa, procuran por todos los medios posibles acopiar la información necesaria, antes de dar un paso en cualquiera de sus actividades, más aun si se trata de dar un crédito.

De tal manera ante una solicitud de ésta índole, se acude a solicitar de las personas que están en capacidad de opinar con conocimiento de causa acerca de las cualidades morales y condiciones económicas del solicitante, así como en los casos respectivos sobre la situación de los mercados.

Las cartas de solicitud de informes y referencias deben ser claras y cortas, explícitas, francas y precisas, a fin de que el destinatario de la misma pueda contestar sobre cada uno de los detalles con mucha claridad y no perderse en consideraciones inoficiosas y generalizadas, ya que lo que más interesa es el dato preciso, exacto y concreto.

CARTAS DE SOLICITUD DE EMPLEO: En la vida de los negocios y en la de la administración pública y privada, se presenta con frecuencia la necesidad de dar acogida a quien está en capacidad de prestar su colaboración utilizando sus servicios, su experiencia y todo aporte indispensable al buen funcionamiento de la fábrica, casa comercial u oficina en general.

Existe una gran cantidad de personas suficientemente capacitadas y con méritos indispensables e indiscutibles que necesitan poner en práctica cuanto saben. Numerosos establecimientos especiales dedican todos sus esfuerzos para preparar el elemento humano necesario al normal funcionamiento de las actividades económicas y sociales de la colectividad. Utilizar adecuadamente todo este valioso contingente es tarea que requiere selección, estudio y sumo cuidado. De ahí la importancia que presenta la forma de establecer contacto entre quienes necesitan el trabajo de los demás y quienes están en condiciones de sumarse al eficiente grupo de sus colaboradores.

La forma más expedita de solicitar empleo es, precisamente la carta, pues también puede hacer en forma personal o directa, sin embargo, el progreso de las actividades comerciales y la organización de las oficinas de toda índole, hacen imposible atender una a una a las personas que quieran exponer verbalmente sus aspiraciones, por lo que es la carta el único medio viable para obviar tanta dificultad y preparar más concienzudamente -

la selección de quienes han de intervenir eficientemente en la marcha de los negocios.

Las solicitudes de empleo pueden hacerse también en formularios especiales que con tal fin tienen preparados los Bancos, Institutos Autónomos, Despachos Ministeriales, etc. en cuyo caso el trabajo se reduce a llenar las preguntas impresas en el formulario, relacionadas con el cargo que solicita. De todos modos han de tomar muy en cuenta aspectos tales como: seriedad y veracidad.

CARTAS RECORDATORIAS DE COBRO: La cobranza que se hace por correspondencia, según el número y carácter de las comunicaciones, puede ser simple y en serie, respectivamente.

Dentro de las cartas simples tenemos las Recordatorias de Cobro, que se las envía para recordar al cliente o a la persona deudora que el plazo se va a cumplir, y como su nombre lo indica, no es más que una simple recordatoria.

Este tipo de cartas es generalmente muy sencillo, son cortas y claras y no se debe olvidar nunca de anotar "el monto total de la deuda" y "el plazo de vencimiento" que son dos factores de suma importancia.

CARTAS DE COBRO: Entre las comunicaciones usadas para el cobro por correspondencia, la carta ocupa puesto de especial importancia. La carta de cobro requiere de esfuerzo argumentativo por lo cual se redacción requiere: análisis, esfuerzo mental y razonamientos; la persona que redacta debe poner en este trabajo todo su talento y aplicar los indispensables conocimientos que sobre Psicología Humana debe poseer, utilizando la claridad, cortesía, precisión y oportunidad.

Por su extensión, la carta de cobro puede ser muy breve o corta, o más o menos extensa, según se trate de primeras, segundas, terceras, etc. misivas. De todos modos, no se debe abusar de la paciencia del destinatario y concretar claramente las razones del cobro.

Cuando las circunstancias lo requieran, es la Serie el sistema más acorde con la actividad de la cobranza, esto quiere decir que si no hay una respuesta a la primera carta de cobro, necesariamente se tendrá que enviar una segunda o una tercera en caso de que sea necesario; en todo caso siempre se debe recordar que en este tipo de cartas nunca debe faltar la cortesía para con la persona deudora y, además no se debe olvidar jamás de anotar el monto total de la deuda y el pazo de vencimiento.

C O R R E S P O N D E N C I A O F I C I A L

=====

4.1. GENERALIDADES.

La serie de comunicaciones originadas por la actividad desplegada por el Estado a través de sus órganos legales, constituye la Correspondencia Oficial, la cual se cruzan entre sí las diversas oficinas Públicas de un país, referentes exclusivamente a aquellos asuntos propios de la función pública que representan, así como la que aquellas despachan a los particulares con el mismo carácter.

En la correspondencia oficial se debe tomar en cuenta los dos aspectos comunes con la composición en general: la forma y el fondo. Ambos tienen sus características propias que hacen a ésta clase de correspondencia un tanto diferente de las demás, particularmente de la comercial y social.

4.2. ASPECTO FORMAL.

El aspecto formal no se refiere exclusivamente a la exposición sino también a su presentación física o aspecto material propiamente dicho, el cual comprende: papel, color de la cinta o tinta, pulcritud, estructura o partes de que consta.

Las dimensiones del papel adoptadas para la correspondencia oficial son las 21 o 22 cm. de base por 32 de altura, para el oficio o memorando.

Para esta clase de correspondencia debe utilizarse papel de buena calidad, por lo que en su composición ha de predominar la fibra de algodón o trapo, a fin de que su aspecto sea gradable y de especial distinción.

También se utiliza en esta clase de correspondencia el papel cebolla que por su suavidad y escaso espesor se destina a las comunicaciones que se dirigen por vía aérea.

En cuanto al color del papel, no está demás recalcar que es el blanco el preferido por su pulcritud, seriedad y buena presentación; sin embargo, también se utilizan otros colores como el azul, verde, gris, amarillo y rosado, particularmente para copias y comunicaciones dentro de una misma oficina.

El color de la cinta o tinta ha de ser negro, azul-negro o violeta, toda vez que, por la seriedad y distinción de la correspondencia oficial, no es permitido ningún otro color.

La correspondencia oficial (como cualquier otra) debe distinguirse - por la pulcritud, la cual se refiere tanto a la expresión en sí misma, como al aseo, orden y presentación general de las comunicaciones que provienen de los Organismos Públicos. Por ésta razón los Jefes o personas encargadas de firmar la correspondencia oficial se abstienen de suscribir - comunicaciones que tengan tachaduras, borrones, enmendaduras, interlíneas, términos impropios o inadecuados, faltas de ortografía, etc.

La estructura de la correspondencia oficial es un factor decisivo para que la comunicación produzca una impresión agradable en el ánimo del destinatario, por lo tanto han de tener simétricamente distribuidas sus - diversas partes. En este aspecto no cuenta simplemente el capricho del redactor o mecanógrafo sino que por el contrario influye mucho el método y buen gusto del encargado de realizar esta labor, para lo cual es necesario tener en cuenta todo lo relacionado con la clase de comunicación respectiva, los márgenes, espacios y sangrías.

4.3. ASPECTO GRAMATICAL.

En la redacción de la correspondencia oficial es muy importante el aspecto gramatical, por lo que se debe tener mucho cuidado en que estas comunicaciones se distinguan por la corrección de la expresión y la pureza del idioma: el uso correcto de las letras, signos de puntuación, acentuación, etc., así como una construcción gramatical ajustada a las normas sintácticas.

4.4. ASPECTO MORAL.

En las relaciones que se obtienen dentro de la correspondencia oficial algunas veces surgen dificultades, de la más variada índole. Es entonces cuando hay que actuar con suficiente tacto para salir airoso en el cometido que corresponde cumplir a las comunicaciones oficiales. Normas invariables que distinguen esta actividad oficial son la cortesía, diplomacia, decencia, serenidad, alto espíritu de comprensión, discreción, tino e inteligencia.

La propia seguridad y prestigio de la oficina, del Despacho, de la Nación, de la Patria se pone en juego cuando se escribe, por lo que se deberá ser muy cauteloso en cada palabra que se escriba, en cada juicio que se emita, lo cual hará a la correspondencia oficial cada vez más eficaz, más útil y provechosa.

4.5. EL ESTILO.

En el estilo entran en juego una diversidad de factores como son la cultura, la sensibilidad, el buen gusto y el modo de ser del autor. El estilo, es en consecuencia, el sello que denota la personalidad del autor. El estilo es el resultado de factores materiales y espirituales. Entre los primeros están el lenguaje y la técnica literaria; entre los segundos la personalidad del autor.

La naturaleza misma de los asuntos tratados en las relaciones de los organismos públicos entre sí y entre estos y los particulares, hace que todos los asuntos, objeto de la actividad oficial, sean concebidos y expuestos en forma sobria, clara, concisa, serie, veraz, natural y cortés. En los escritos oficiales se descarta toda consideración familiar e íntima, el estilo oficial es, además de corte lacónico, sin pomposidades ni requiebros, pero con rasgos sobresalientes de comedimiento, sencillez y elegancia.

4.6. EL OFICIO.

4.6.1. CONCEPTO. Es una comunicación escrita, referente a los asuntos del servicio público en las dependencias del Estado y por extensión las que median entre individuos de varias instituciones particulares sobre asuntos concernientes a ellas.

4.6.2. CARACTERISTICAS. El oficio debe ser escrito en papel de buena calidad, de color blanco y que tiene como dimensiones 21cm. de base por 32cm. de largo, el cual se lo conoce con el nombre de papel tamaño oficio.

La redacción oficial se caracteriza especialmente por su claridad, - concisión, armonía, etc. También se incluyen ciertas frases, que tradicionalmente forma parte del léxico de los dependencias del Estado porque han sido sancionadas por el uso y la costumbre, las cuales en determinadas circunstancias, establecen la jerarquía de los distintos funcionarios.

Un oficio dirigido de institución a institución, tiene una terminología diferente de otro enviado por un superior a sus subalternos y, este, a su vez, difiere de aquel que va dirigido de un inferior a un superior. Como es natural, en uno y otro casos, prima la corrección, la cultura, la

veracidad.

4.6.3. PARTES DE QUE CONSTA.

I. EN C A B E Z A M I E N T O

1. Membrete: Comprende lo correspondiente a la determinación del Organismo público respectivo, con indicación expresa de la dependencia que despacha la comunicación. Generalmente se incluye el Escudo Nacional, sin que esto constituya un dato de rigurosa aplicación.
2. Número de Orden: La correspondencia oficial se numero ininterrumpidamente desde el primero de enero hasta el treinta y uno de diciembre de cada año (año civil), con el objeto de ordenar y facilitar la referencia que en las contestaciones, informes, etc., haya que hacerse.
3. Fecha: Al igual que en la correspondencia comercial, la fecha en el oficio consta del lugar desde donde se envía la comunicación, el día, mes y año en que se escribe, esto siempre ha de hacerse en una sola línea, sin abreviaturas de ninguna especie, hacia la parte superior derecha del papel.
4. Dirección: Se escribe siempre en forma bloque y preferentemente con puntuación abierta, los datos de la dirección (nombres y apellidos del destinatario o cargo del mismo, señas y lugar de destino), al igual que en la correspondencia comercial.

Quando la correspondencia oficial va de una Oficina Pública a otra también pública, no hay necesidad de colocar apartado de correos, Lista de Correos, etc. En cambio, cuando va de un organismo público a un ciudad

dano o particular, es indispensable agregar los datos necesarios para una fácil entrega de la correspondencia, para lo cual se toman los expresamente conocidos a través del membrete o de la firma del destinatario a quien se contesta o se escribe.

5. Asunto o Referencia: En algunos casos se aconseja escribir en su respectivo renglón (a la derecha del papel, de bajo de la fecha y frente a la dirección), en forma sintética, el asunto a que el oficio se refiere, con el propósito de orientar al destinatario acerca de la importancia que aquel reviste e insinuarle así su inmediata y detenida lectura.

6. Saludo o Vocativo: Comprende una palabra o frase sencilla, que se emplea antes de entrar a tratar el asunto, origen del oficio.

II. CUERPO DEL OFICIO

7. Introducción e Ideas Fundamentales. Para empezar el oficio bastarán unas pocas palabras que conduzcan inmediatamente al asunto que se va a exponer, sin rodeos de ninguna clase.

No hay que olvidar que en cada oficio no debe tratarse más de un asunto, pues en esta clase de correspondencia todo habrá de llevarse en un orden perfecto, al cual ha de contribuir indispensablemente la clasificación de los asuntos a que ella se refiere.

Las ideas deben expresarse llana y sencillamente de modo que se manifieste de forma concreta el pensamiento concebido. Se ha de procurar ser concisos, breves y oportunos. La extensión de los oficios debe ser

cuidadosamente observada, de tal forma que no se alargue demasiado el escrito. Debe procurarse que el oficio no conste de más de una página; cuando la importancia del asunto o el razonamiento así lo requieran, podrá extenderse más de lo común, pero siempre suprimiendo todo aquello que no haga falta al caso específico de que se trata.

Como es natural suponer, jamás se incluyen en el texto del oficio consideraciones de carácter personal, social o particular del firmante del mismo. El estilo de esta clase de correspondencia impone un espíritu sereno, imparcial, austero y serio.

III. DESPEDIDA Y OTROS ELEMENTOS

8. Despedida. La terminación de la comunicación oficial debe estar acorde con su iniciación e introducción. En la correspondencia oficial, la despedida usual consiste en la expresión DIOS, PATRIA Y LIBERTAD, o cualquier otro lema escogido o adoptado por la Institución que formula el oficio, colocado al centro del papel, debajo del último párrafo del oficio. Más actualmente su uso no es riguroso, por lo que en su lugar se emplea la palabra "Atentamente".

9. Antefirma. Cuando el que suscribe la comunicación lo hace a nombre de otro, se indica tal circunstancia con la palabra "por" seguida del nombre del cargo de éste último.

Ej.: Por El Ministro

(Firma)

10. Firma. Inmediatamente después de la antefirma (en caso de que haya) el funcionario estampa de su puño y letra sus nombres y apellidos; si se trata de circulares o de otras comunicaciones que así lo

permitan, bastará con el uso del sello que reproduzca la firma respectiva.

Debajo de dicha firma se reproducen a máquina los nombres y apellidos correspondientes, a fin de facilitar su lectura. En la línea siguiente se anota el cargo o posición que el firmante ocupa.

10. Sello. A un lado de la firma de quien envía el oficio, se coloca el sello de la oficina respectiva que puede ser de caucho o seco

11. Otros Elementos. En relación con los otros elementos del oficio, tales como iniciales identificadoras, visado, anexos, inclusos o adjuntos, indicación de copias, continuación en segundas, terceras, etc., páginas, es igual que en la Correspondencia Comercial.

Por otra parte debe anotarse que en esta clase de correspondencia no se usa las P.S. (P.D.) y N.B., estas comunicaciones no admiten explicaciones, observaciones, ni notas complementarias.

MODELO DE OFICIO

Of. N° 0034 DNP.

Quito, 24 de julio de 1981

Señor Doctor
Gustavo García Banderas
SECRETARIO GENERAL DEL TRIBUNAL ADMINISTRATIVO,
Ciudad.

De mis consideraciones:

En respuesta a los oficios números 033 y 034, me permito comunicarle que una vez revisados los archivos del registro de empleados y anotaciones de nombramientos, constan anotados los siguientes datos:

1. Nombramiento registrado a favor de la Señorita Sara Campos, para Secretaria Ejecutiva del Departamento de Imprenta del Ministerio de Educación, el mismo que fue anotado con fecha 5 de enero de 1981, sin que hasta la presente, se haya recibido ninguna notificación de retiro del cargo que ocupa.
2. Nombramiento registrado a favor de la Señorita Irene Zurita, para desempeñar el cargo de Secretaria Ejecutiva, en el Ministerio de Relaciones Exteriores, el mismo que fue anotado con fecha 13 de enero de 1981, sin que hasta el momento exista notificación alguna de abandonar el cargo conferido.

En lo que respecta a remitir copias de los documentos que se haya tramitado a favor de nuevas personas, para ocupar nuevos cargos, comunico a usted, que no es competencia de esta Dirección el llevar un control de movimientos de personal de todas las Instituciones del País. Además que no reposan en ésta todos los distributivos de sueldo, por lo que no se puede saber si una partida presupuestaria es ocupada por otra persona.

Atentamente,

DIOS, PATRIA Y LIBERTAD

Dr. Fernando Castillo L.
SUBDIRECTOR DE PERSONAL DEL ECUADOR



COMUNICACIONES UTILIZADAS EN EL COMERCIO

5.1. COMUNICACIONES INTERIORES DE LA EMPRESA.

Muchas y muy variadas son las comunicaciones que origina la función administrativa de la empresa. Gran parte de los problemas que surgen en éstas se produce por defecto de las comunicaciones tanto orales como escritas

Las comunicaciones escritas en la empresa se deben emplear siempre que

- Se desee dejar constancia de la información.
- Se requiera una interpretación uniforme.
- Se desee evitar el riesgo de errores.
- Se quieran evitar olvidos involuntarios.
- Se trate de dar a la información vigencia temporal.

Dos son los objetivos fundamentales de las comunicaciones en las empresas: servir de medio de información e inducir a la acción a las personas - que integran la empresa. A los directivos les facilita la toma de decisión; a los subalternos les facilita el desarrollo de las actividades a realizar.

5.1.1. CLASIFICACION.

Las comunicaciones interiores de la empresa se clasifican en Descendentes, Ascendentes y Mixtas.

. Descendentes: Cursadas de directivos a subalternos. Entre estas tenemos ordenes de servicio, los avisos o anuncios.

Ordenes de Servicio: Son las comunicaciones con las que los directivos cuentan para el ejercicio del mando y para poder llevar a la práctica las decisiones adoptadas. Mediante ellas se induce al personal

de la empresa a actuar. Son órdenes cuya vigencia y aplicación se extiende a todo el ámbito de la empresa, por lo que deben ir registradas y numeradas convenientemente. A veces adoptan la forma de memorando, y se dirigen "al personal" sin especificar.

Avisos o Anuncios: Es la comunicación con la que se da noticia de algún aspecto o circunstancia de la empresa que deba ser de conocimiento general. Pueden estar redactados en dos tonos: directo y rogado.

Estas comunicaciones van precedidas siempre de las palabras "aviso" o "anuncio". Deberán ir cerrados por la fecha, el nombre del servicio que el aviso y la firma de la persona responsable.

Ascendentes. Son las comunicaciones de Subalternos a Superiores. Estas son los informes, cartas de renuncia, sugerencias.

Informes: Son comunicaciones escritas mediante las cuales se dan a conocer al destinatario los datos, estado, situación y enjuiciamiento acerca de un asunto o negocio.

Es el instrumento idóneo para canalizar las relaciones ascendentes, siendo su más efectiva vía de comunicación. El informe va dirigido, por lo general, a un superior y tiene como misión principal orientar y proponer soluciones prácticas.

El número de lectores es comunmente muy reducido. En ocasiones se redacta para un solo lector que tiene prisa y está interesado en conocer gran número de datos en el menor tiempo posible.

Toda persona que redacte un informe debe tener en cuenta:

- Decir la verdad sin exageraciones. La información no deberá ser tendenciosa, parcial o desvirtuada. No se admitirán datos para disimular o dar otra apariencia.

- Que debe posponer su propio interés en beneficio del de la empresa a que pertenece.
- La imparcialidad; debe desprenderse de toda mediatización o condicionamiento a la hora de enjuiciar o aportar posibles soluciones al problema que plantea.
- Al destinatario del informe; se debe adaptar en todo al gusto y manera de ser del lector. Si a este le agradan las cifras y datos numéricos, a ellos habrá de recurrir el redactor concediéndoles la mayor importancia. No hacerlo así es exponerse a que el informe no sea leído o tenido en consideración.
- Las reprensiones que pueda tener el informe; supone una gran madurez del problema y las soluciones que se aporten.

Todo informe debe tener las siguientes características:

- Completo: Debe describir, demostrar y concluir, aportando los datos precisos y la información necesaria.
- Ordenado. Debe ser adecuado en presentación y exposición.
- Concreto. Debe ser preciso, exacto y breve. Todo su contenido debe ser suficiente para proporcionar una visión panorámica de lo que se expone, limitándose estrictamente al tema.
- Exacto. La información y los datos deberán ajustarse a la realidad, eliminando todo lo subjetivo que puede empañar la claridad y comprensión de la verdad.

Cartas de Renuncia. Son las cartas en las que un miembro de la empresa anuncia a sus superiores es la separación voluntaria del empleo o cargo. En definitiva puede llegar a ser una conclusión del contrato de trabajo.

En esta comunicaciones, el solicitante debe exponer los motivos por los que toma la decisión. Habrá casos en los que hacerlo no tenga gran im

portancia, tales como el cambio de empleo que supone una gran mejora para el renunciante. Habrá otros en los que la salida sea motivada por circunstancias a las que los directivos están ajenos. En cualquier situación, deben justificarse los motivos, y en este caso con sumo tacto y deseando siempre que resplandezca la verdad. Lo fundamental es, dejar a salvo el prestigio del renunciante y de la entidad a fin de que aquel pueda encontrar siempre las puertas abiertas.

Las Sugerencias. Por sugerencia se entiende la indicación mediante la cual se hace entrar en el ánimo de alguna persona una idea.

Se trata de un medio de comunicación que los subalternos emplean para proponer alguna mejora en los servicios. En algunas empresas las sugerencias deben redactarse en boletines especiales, en los que se facilita, en distintos apartados, las ideas o mejoras que se sugieren, proponiendo los medios para llevarlas a cabo. Siempre deberán ir fechadas y firmadas.

Conviene distinguir entre las sugerencias y las quejas. Si hay que formular alguna de éstas para corregir anomalías, conviene hacerlo por otros medios que no sea el anonimato por medio de las sugerencias sin firma.

Colaterales. Son comunicaciones entre personas o servicios que guardan la misma distancia en el organismo de la Empresa. Estas son las comunicaciones de servicio.

Notas de Servicio. Son comunicaciones interiores con las que los distintos servicios de una empresa se ponen en comunicación entre sí dejando constancia de la información que se trasmite. Suele emplearse para hacer una solicitud o una indicación muy breves.

En cada una de estas comunicaciones debe tratarse un solo asunto. La

redacción de estas notas es, por lo general, de un solo párrafo y no requiere esfuerzo argumentativo.

Mixtas. Son comunicaciones tales como los memorandos, las actas, convocatorias.

Memorando. La palabra memorando significa: lo que debe ser recordado, aplicado a la vida mercantil, es un mensaje escrito que transmite información entre miembros de la misma empresa. La misión de estas comunicaciones no sólo es recordar cualquier aspecto de un negocio o asunto, sino que, al quedar archivados, sirven de orientación a cualquier persona ajena al asunto que se asome al expediente de que se trate.

La redacción de estas comunicaciones se hace en impresos propios de cada empresa, con su anuncio correspondiente, que puede adoptar la forma usual de membrete o ir situado a pie de página, en el margen inferior, a todo lo ancho.

En la parte superior, y en lugar destacado, lleva la palabra Memorando. También lleva impresos ciertos datos del encabezamiento que deben ser completados por el mecanógrafo y que, pueden ser los siguientes:

- A: (aquí se debe poner el nombre completo del destinatario)
- De: (aquí se incluirá la persona que emite el mensaje)
- Negociado: (se pondrán los negociados, emisor y receptor)
- Asunto o tema: (se indicará el que motiva la comunicación, indicándolo en letras mayúsculas sostenidas).

Debajo de la línea de asunto, dejando una distancia prudencial, se comenzará el texto de la comunicación. La redacción se hará evitando todo protocolo. No obstante, al tratarse de comunicaciones entre personas de la misma empresa y casi siempre conocidas, se admiten saluciones cariñosas

como "querido amigo", "querido Luis", etc. La despedida puede ser también sencilla y amistosa. Si no existiera confianza entre remitente y destinatario, se suprimirán estos protocolos.

Debajo del texto lo único que se pondrá son las iniciales del firmante, dejando el espacio adecuado para la firma de la comunicación. Debajo de estas iniciales se pueden incluir los restantes elementos de las cartas tales como iniciales de identificación, copias al carbón, anexos, etc. En estos se guardarán siempre las normas de empleo dadas para las cartas.

Actas. Son las relaciones escritas de lo sucedido, tratado o acordado en una Junta o una reunión. Estas comunicaciones pueden quedar registradas en un libro especial (libro de actas) y deben estar redactadas de acuerdo con lo sucedido en la reunión. En el desarrollo de ésta se deben ir anotando las exposiciones, actos, intervenciones y acuerdos para una vez terminada la reunión de que se trate, confeccionar el acta correspondiente.

Los elementos que deben tenerse en cuenta para la redacción de una acta, son los siguientes:

- Datos de la localización de la reunión: ciudad, local, hora, día, mes y año. Se debe expresar si la reunión es en primera o segunda convocatoria.
- Persona o autoridad que ha presidido la reunión, indicando también el número y personas que le han prestado asistencia.
- Asistencia: cuando son poco numerosos se relacionarán sus nombres y cargos. Si la asistencia es numerosa, se indicará el número aproximado.
- Objeto de la reunión.
- Desarrollo de la sesión: se debe seguir el orden del día expresado en la convocatoria, indicando los distintos acuerdos que se hayan adoptado

en cada uno de los puntos. También se indicarán las intervenciones citando los nombres de las personas que las hicieron.

- Hora a la que el presidente da por finalizada la reunión.
- Firmas que se responsabilizan del acto: presidente, secretario y algunos asistentes (todos si la asistencia es poco numerosa).

Convocatorias. Son comunicaciones escritas con las que se cita o llama a varias personas para que concurran a un lugar o acto determinado. Son, por lo general bastante breves y deben constar de los siguientes elementos:

- Datos del destinatario.
- Texto de la comunicación en el que se debe indicar:
 - . Fecha, lugar y hora de la reunión.
 - . El tipo de reunión de que se trata: junta general, ordinaria, etc.
 - . La llamada: si se trata de la primera o segunda convocatoria.
 - . El objeto: puntos a tratar o someter a consideración.
- Cierre rogando la asistencia.
- Fecha de la convocatoria, con indicación de la localidad desde donde se emite.
- Antefirma, firma, nombre y cargo de la persona responsable.
- Visto Bueno (V.B.) a la izquierda, a dos espacios de la última línea de la firma, se indicará esta asignatura, seguida de la firma del presidente de la organización, cuyo nombre y cargo deben también ser citados.

Certificaciones. Son comunicaciones en las que se asegura la veracidad de un hecho. Suelen expedirse a petición de la parte interesada y versan sobre aspectos del solicitante que éste necesite destacar.

Se suelen emplear para dejar constancia de la actividad de una persona.

Las certificaciones constan de las siguientes partes:

- Introducción: se debe indicar el nombre, cargo y demás circunstancias de la persona que firma la certificación.
- Texto o Cuerpo: se expone la comunicación, indicando los datos de la persona o entidad a favor de la cual se emite la certificación.
- Cierre: se hace constancia de la expedición del documento indicando lugar y fecha en que se extiende la comunicación.
- Firma de la persona responsable o autorizada.

5.2. COMUNICACIONES URGENTES.

Los negocios son cada vez más internacionales. En su actual configuración exigen decisiones rápidas y medios apropiados para hacerlas llegar a su destino. A veces no es posible esperar las dos, tres o más fechas - que el correo ordinario o por avión suele tardar. La rentabilidad de un negocio está en función de la rapidez en la toma de contacto entre los contratantes. Esta es la razón de las comunicaciones urgentes, las cuales - llegan al destinatario mediante el uso y aplicación de la electricidad, a través de cables, alambres u ondas hertzianas.

Hay tres tipos fundamentales de comunicaciones urgentes:

- Telegrafía: transmisión por sistema alábrico. Permite el despacho de telegramas.
- Cablegrafía: sistema telegráfico por medio de cable principalmente submarino. Permite el despacho de cablegramas, también denominados "cables".
- Radiotelegrafía: sistema telegráfico o por medio de ondas hertzianas. Permite el despacho de radiotelegramas o radiogramas.

Las partes de que constan las comunicaciones urgentes son las siguientes:

1. Fecha. En la que debe comprender los siguientes datos:

- . Nombres de las oficinas emisora y receptora.
- . Día, mes y año.
- . Hora de imposición del mensaje. Este dato lo cumplimenta la oficina emisora. Es necesario la consignación de este dato porque puede ser aportado como prueba testifical en caso de litigio.

2. Dirección del receptor.

- . Nombre y apellidos del destinatario, si se trata de particulares. Tratándose de empresas, se consignará la razón social. Estos datos deben ser lo más completos posible.
- . Domicilio: calle, plaza, avenida, etc., con el número y el piso si lo hubiera.
- . Lugar de destino: se consignará si no se hubiera hecho en otro lugar.

Estos datos deben indicarse clara y concretamente. La rápida llegada del mensaje a su destino depende en parte de ellos.

Existe la posibilidad de registrar en la oficina de telégrafos un nombre abreviado que sirva como dirección telegráfica a las casas comerciales. Este sistema reporta las siguientes ventajas:

- Comodidad: cada nombre queda registrado en la oficina receptora y no hay necesidad de consignar el domicilio en los telegramas, únicamente la localidad.
- Economía: al reducir las palabras de la dirección, el costo es menor.
- Seguridad: al ser menor el número de palabras, menor es la posibilidad de equivocación.

La dirección telegráfica es uno de los datos que deben consignarse en los membretes de las cartas comerciales.

3. Indicaciones acerca de su envío.

- Urgente: es un servicio más rápido que el ordinario.

- Con respuesta pagada: se abona un suplemento de precio para facilitar la respuesta o el acuse de recibo.
- Colacionado: se contrasta el mensaje recibido con el mensaje emitido, y, una vez cotejado, se envía al destinatario. Se asegura así la perfecta fidelidad del mensaje.
- Cualquier otra indicación particular de cada país.

Estas indicaciones deberán ser escritas en parte visible del impreso si éste no dispone de ellas para relacionarla mediante tachado.

4. Texto del Mensaje. La valoración se hace por el número de palabras que contiene. Si bien son sistemas rápidos, resultan caros. Esto hace que el mensaje deba ser redactado con laconismo. No obstante la claridad debe ser preferida a la brevedad.

Para redactar brevemente un mensaje, si no se tiene la suficiente práctica, se debe seguir el siguiente proceso:

- a) Redactar la comunicación como si se tratara de una carta.
- b) Se suprimirán todas las palabras que sean modificativos o realocionantes de los cuales se pueda prescindir sin menoscabo del sentido completo del texto. Para hacerlo se debe seguir el siguiente orden de tachado: artículos, adjetivos, preposiciones, adverbios, conjunciones.
- c) Se convertirán en afijos los pronombres personales utilizándolos como prefijos o sufijos: "remitimos a ustedes = remitímosles", etc.
- d) Se destacarán los sustantivos y formas verbales núcleos de los grupos sujeto y predicado de las oraciones.
- e) Se cambiarán a directos todos los giros expresados en forma de perífrasis, empleando tiempos simples en los modos correspondientes del indicativo, subjuntivo, imperativo, etc.

5. Firma responsable. Todo mensaje debe tener una persona que se responsa

bilice de todo cuanto se afirma en el texto.

Esta referencia, firma y domicilio del responsable ni se cobra ni se transmite.

Requisitos para la redacción de Mensajes Urgentes:

- . Los tratamientos de cortesía usuales y normales en la correspondencia comercial, se omiten en los mensajes urgentes.
- . No se emplearán abreviaturas en la redacción de los mensajes urgentes. Tienen el mismo precio que la palabra normal y restan claridad a la comprensión del texto. Únicamente se emplearán aquellas abreviaturas o siglas que domine o conozca el receptor perfectamente.

Caso de que se empleen abreviadas algunas palabras, no deberán exceder de un número determinado de letras (en unos países cinco y en otros diez). En estas abreviaciones nunca deben incluirse nombres propios de personas o ciudades.

- . También se omiten los párrafos introductorios. Se expone lacónica y resumidamente el texto.
- . Se omiten asimismo las despedidas largas. Son, por el contrario, aconsejables las que tengan una sola palabra: saludos, abrazos, atentamente, etc. Serán las normas de cortesía propias de cada remitente las que marcarán la pauta en este sentido. Una o dos palabras más cuestan poco dinero y, sin embargo, pueden cambiar el tono del mensaje.
- . No se usarán signos de puntuación. En su lugar debe indicarse la palabra con la que se nombra el signo: punto, coma, guión, etc.
- . De la misma manera se consignarán los números y cantidades: cuatro, treinta, doscientos, etc.
- . No está permitido presentar unidas las palabras compuestas que no están aprobadas por el uso y la costumbre de la lengua.
- . El texto debe ser sin ningún tipo de borrones ni enmendaduras.

5.2.2. CLASES.

Las comunicaciones urgentes pueden ser escritas u orales.

A las escritas corresponden los telegramas, cablegramas, radiogramas, telex, etc.

Las comunicaciones orales comprenden la telefonía y la radiotelegrafía.

5.2.2.1. TELEGRAMA.

Concepto. Se conoce con el nombre de telegrama, a todo mensaje que se hace llegar al destinatario utilizando un conjunto de aparatos y redes de alambre (telégrafo), los mismos que sirven para transmitir despachos con rapidez y a distancia.

Clases. Hay varios tipos de telegramas:

- Abierto: se entrega en esta forma por indicación del remitente.
- Circular: el que se curso con el mismo texto a varios destinatarios.
 - a) Si los destinatarios están en la misma ciudad, el precio aumenta una pequeña cantidad por copia que se envía. b) Si los destinatarios están en ciudades distintas, cada copia paga lo que un telegrama corriente.
- Colacionado: mediante una sobretasa es verificado el texto en todas las transmisiones.
- De día: el que por indicación del remitente no se entrega después de una determinada hora de la noche.
- De noche: se entrega a cualquier hora de la noche. Si no se hace indicación, se entrega el telegrama a continuación de haberlo recibido en la estación receptora.
- Urgente: en virtud de una sobretasa, tiene preferencia en transmisiones y entrega.

- Ordinario: su emisión se hace de acuerdo con el orden de llegada a la oficina.
- Cartas-telegrama: se emplean para mensajes largos en su contenido. Se les aplica un descuento del cincuenta por ciento del precio de la tarifa ordinaria. Hay que hacer constar las iniciales LT (letter telegram). Para poder utilizar este sistema, el mensaje debe contener un número mínimo de palabras. La entrega de cartas-telegrama, se efectúa, por lo general, después de las ocho horas del día siguiente al de su depósito en la oficina emisora.

5.2.2.2. RADIOGRAMA

Concepto: Son mensajes que se transmiten valiéndose de ondas electromagnéticas o hertzianas. Permiten comunicaciones inalámbricas con cualquier punto de la tierra donde haya un receptor.

Generalidades: el servicio que presta el radiograma es igual al del telegrama y, normalmente está circunscrito al territorio nacional.

Las tarifas son las mismas que para los telegramas, toda vez que es el Estado el que presta este servicio en forma exclusiva.

El papel, el modus operandi, utilizados para el despacho de un telegrama sirven de manera igual al radiograma.

Los radiogramas de prensa tienen distintas tarifas y deben ser cursados con el indicativo de Press.

5.2.2.3. CABLEGRAMA.

Concepto. El nombre se deriva del hecho de que la transmisión de los mensajes es a larga distancia utilizando cables, los cuales pueden ser subterráneos o submarinos.

Este servicio en el Ecuador, es utilizado en forma expresa para comunicaciones internacional, el cual está a cargo de un organismo del Estado que se llama IETEL, el mismo que se encuentra conectado a la red de cables de poderosas compañías transnacionales con intereses directos o indirectos en todas las naciones del globo, tales como ITT, Western Union, entre otras.

Clases de Servicio: normalmente, las empresas de comunicaciones ofrecen al usuario tres clases de servicios: Ordinario, Urgente, Carta Nocturna.

- . Servicio Ordinario: es aquel que, como la palabra lo indica, se transmite en condiciones normales y rutinarias. Es el más utilizado por su bajo costo.

Un mensaje de esta clase llega a cualquier parte del mundo en un lapso de 24 horas o menos.

- . Servicio Urgente: este servicio es el más rápido y tiene prioridad en su despacho al ordinario. En teoría, llega a cualquier parte del mundo. No siempre es posible obtener este servicio porque algunos países no lo prestan.
- . Servicio Cifrado. Hasta hace algún tiempo, el comercio utilizaba códigos para despachar sus cables, con lo cual se conseguía un ahorro substancial en el importe del mismo, en relación con el cable comercial, y su texto era conocido sólo por el destinatario. En la actualidad ya no existe.

5.2.2.4. CARTA NOCTURNA.

Concepto. Se trata de un servicio especial que prestan los organismos de telecomunicaciones y que consiste en una rebaja en el precio de la tarifa

fa, siempre que el número de palabras no sea menor de 21 y que el despacho se lo haga por la noche, de donde se deriva su nombre.

Las Cartas Nocturnas no se pueden enviar a todos los países porque algunos como: Arabia Saudita, España, Francia, Guatemala, Honduras, México, no las aceptan.

5.2.2.5. TELEX.

Concepto. Es un procedimiento de emisión de mensajes escritos de domicilio a domicilio. Basta con oprimir un botón para que en un minuto quede el aparato conectado con otro situado a miles de kilómetros de distancia y en comunicación a los dos sentidos. Los aparatos son emisores y receptores y tienen un teclado semejante al de una máquina de escribir y un carro en el que se coloca el papel, puede ser operados por una secretaria desde sus propias oficinas. Lo que se escribe en el transmisor lo recibe y escriben también simultáneamente el receptor.

Las centrales están dotadas de una computadora que recuerda los textos cursados, corrige los errores que se producen y repite el texto tantas veces como sea preciso se existen perturbaciones atmosféricas.

Las personas que están al frente de estos aparatos pueden pedir y obtener inmediatamente las aclaraciones necesarias.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

=====

Luego de haber terminado este trabajo que lo he realizado con dedicación y con el deseo de obtener los mejores resultados, he llegado a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- . La Correspondencia surgió como una necesidad de dejar impreso mediante rasgos o dibujos, el pensamiento del hombre, por lo tanto la correspondencia aparece desde el mismo momento que lo hizo la escritura.
- . Debido a la dificultad en el transporte, la correspondencia no adquirió una verdadera importancia sino hasta la Edad Media, en donde ya se estaba desarrollando la civilización y había mayor auge en el comercio.
- . En el desarrollo de la correspondencia se puede observar que en la antigüedad se la hacía en primer lugar en tablas de arcillas o de madera recubiertas con cera, luego en papiro; más tarde con la aparición del pergamino, el papiro fue desechándose; y, por último la introducción del papel dió lugar a que este material sea adoptado para la Correspondencia, empezando a utilizarse en el siglo XIII con cartas de tamaño un poco grandes que luego ha ido reduciéndose hasta llegar a la medida que actualmente utilizamos.
- . Con estos antecedentes, se aprecia que con el paso del tiempo, la Correspondencia ha ido tomando mayor importancia y perfeccionamiento en el desarrollo de la misma.

- . Dentro del campo comercial, la carta es el documento que atrae más atención por cuanto con su utilización se inician o se mantienen relaciones comerciales ya sea dentro de la misma ciudad, país o con el exterior.

- . Es muy necesario el conocimiento de la Correspondencia General, Comercial y Oficial ya que por medio de ellas se realizan muchas gestiones que son indispensables dentro de la vida diaria, se mantienen relaciones amistosas con otras personas, se realizan muchos asuntos comerciales y oficiales. En definitiva se mantiene la intercomunicación humana.

- . Por último, creo que se debería prestar mayor atención y dar más importancia a este Tema por cuanto es de mucha necesidad y beneficio para todas las personas, sea cual fuere su profesión u ocupación diaria.

BIBLIOGRAFIA

=====

- . De Labastida N., Carlos C.; Correspondencia Comercial Bilingue; Quito, Ecuador, 1963.
- . Vivas, Elsie; Fundamentos de Correspondencia Comercial; Segunda Reimpresión; México, 1971.
- . Ricardo, José G.; Correspondencia Comercial Moderna; Cultural Centroamericana S.A.; Guatemala, 1973.
- . Duque Méndez, Nefталí Dr.; Tratado de Correspondencia Comercial y Oficial; Ediciones CO-B); Caracas, 1973.
- . García Martín, José Carlos; Correspondencia Comercial; Editorial Harter y Row Latinoamericano, Editorial Harla S.A.-C.V.; Bogotá, 1974.
- . Correspondencia Comercial; Biblioteca Comercio e Industria; Segunda Edición, 1977.
- . Jaramillo, Arnulfo; Redacción Comercial y Oficial; Editora Alpha; Guayaquil-Ecuador, 1978.