

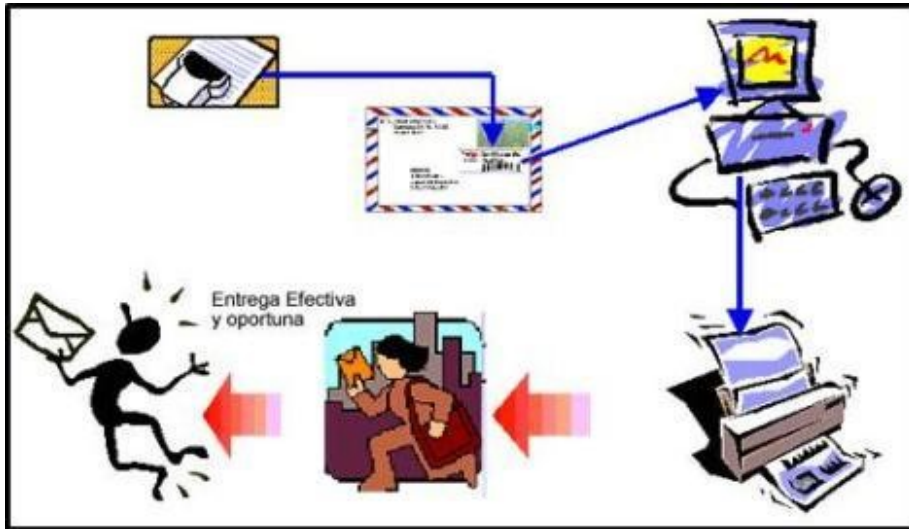
UNIDAD 10. CORRESPONDENCIA COMERCIAL

10.1. Estilos Comerciales

10.2. Clasificación de las Cartas Comerciales

10.3. Comunicación Interna

10.4. Los Certificados



Es necesario conocer los modelos formales de correspondencia comercial

10.1. Estilos Comerciales

Es necesario mencionar que cada empresa utiliza el estilo o modelo de carta comercial de forma particular o personal; ahora bien, sin olvidarse de los elementos que la componen, pudiendo desde luego tener pequeñas variaciones en su distribución o colocación.

Entendemos por estilos, en cuanto a las cartas comerciales se refiere, el uso, la costumbre, la forma o la moda en la manera de distribución de las diferentes partes que las conforman.

Existen varias formas de estilo en la carta comercial. Las principales y más utilizadas son las siguientes:

- Moderno.
- Moderno modificado.
- Profesional.
- Evolucionado.

10.2. Clasificación de las Cartas Comerciales

Según el contenido o motivo de las cartas comerciales podemos agruparlas en los tres bloques siguientes:

- **Cartas de informes:** informes comerciales e informes personales, entre los principales.
- **Cartas de pedido:** solicitud de información, de pedido en firme, de aceptación o, de modificación del pedido, de la alteración de las condiciones del mismo y de denegación, entre las más habituales.
- **Cartas de reclamación:** del pedido y del impagado.

Las cartas comerciales, independientemente de su extensión, se escribirán siempre en papel UNE/A4.

Estilos de las Cartas Comerciales

Estilo moderno

Este tipo se caracteriza por su sencillez en la distribución y por la rapidez en el mecanografiado. Las partes de la carta comercial analizada en la unidad anterior comienzan en el margen izquierdo del papel y no se emplea ninguna sangría.

Estilo moderno modificado

Este estilo es muy parecido al anterior excepto en la despedida, la antefirma y la firma, que se escribirán desde el centro de la carta hacia el margen derecho.

Estilo profesional

En el estilo profesional se utiliza la sangría para la fórmula del saludo y al comienzo de cada párrafo.

Esta sangría suele ser de 2 a 3 cm. La despedida, la antefirma y la firma se escriben al margen derecho.

Estilo evolucionado

Surge como alternativa a las actuales relaciones mercantiles, que pretenden simplificar el contenido de las cartas comerciales mediante el trato directo del tema.

Para conseguir este objetivo se prescinde de la fórmula del saludo y de la despedida. Son cada vez más numerosas las empresas que optan por este estilo evolucionado.

10.3. Comunicación Interna

Dentro de este apartado incluiremos aquellas cartas o escritos que contienen un asunto a tratar conciso o corto. Las principales comunicaciones breves son las siguientes:

- Carta circular.
- Saluda.
- Comunicados de carácter interno.

Carta circular

Es el tipo de carta comercial que utilizan las empresas para comunicar algún acontecimiento a otras personas o empresas, tales como cambios de domicilio, de razón social, inauguraciones de sucursales o agencias, lanzamiento de nuevos artículos, etc. También se utilizan dentro de la propia empresa para comunicar asuntos de interés general como cambios de horario, distribución de vacaciones, de turnos, de procedimientos de trabajo, etc. En este supuesto la calidad de papel y la impresión es inferior.

Las copias deben tener aspecto de original para conseguir un enfoque personalizado.

La redacción de las circulares es similar a la del resto de las cartas comerciales, pero se debe evitar que el texto o el contenido sea largo y procurar que los párrafos sean cortos.

Respecto a su distribución, o las partes de que consta, es muy parecido al de la carta comercial en general.

Saluda

Se trata del tipo de comunicación que normalmente utilizan los directores de empresas, organismos públicos y autoridades por los motivos siguientes:

- Forma de agradecimiento.
- Invitación a actos.
- Tomas de posesión.
- Cambios de domicilio social.
- Otros análogos.

Las partes de las que consta un saluda son las siguientes

- Inicio.
- Contenido.
- Final.

En el **inicio** ha de figurar el puesto o cargo de la persona que saluda, así como la razón social de la empresa u organismo. A continuación deberá aparecer la palabra Saluda

Esta parte del saluda estará ya impresa en el modelo y centrada respecto a los márgenes, que serán de 4 cm aproximadamente.

En la parte correspondiente al **contenido**, el texto siempre irá precedido de la letra vocal «a», para a continuación indicar en letras mayúsculas el nombre y dos apellidos de la persona destinataria o si se desconocen estos datos, figurará en su lugar el cargo de la persona a quien se dirige el saludo, sustituyendo la letra a por la palabra «al» o «a la», según proceda, y seguidamente pasar a exponer el motivo que origina el saluda.

La **parte final** constará de los siguientes apartados:

- Nombre y apellidos de la persona que envía el saluda.
- Frase de despedida, que ha de ser corta y amable

Comunicados de carácter interno

Este documento sirve para que los diferentes departamentos, secciones, etc., pertenecientes a una misma empresa se comuniquen entre sí.

Las partes de que consta son las siguientes:

- Inicio.
- Contenido.
- Final.

La parte del **inicio** constará de los siguientes elementos:

- Nombre o razón social (membrete). En éste no aparecerán datos tales como la dirección o el teléfono, ya que se trata de un comunicado interior.
- Fecha de confección.
- La palabra «**DE**» seguida del nombre del departamento o responsable que envía la nota. – La palabra «**A**» y a continuación el nombre del departamento o de la persona a quien se envía.
- Asunto o resumen del motivo del comunicado.

En la parte del **contenido** se especificará el motivo que origina esta clase de comunicaciones. Se escribirá a doble espacio interlineal y los márgenes se fijarán entre 4 y 6 cm para el izquierdo y entre 2 y 4 cm para el derecho.

Su redacción ha de ser breve y concisa, y debe exponerse de una forma muy directa el motivo que origina el escrito.

La parte **final** constará de la firma o rúbrica de la persona que envía el mensaje.

10.4. Los Certificados

Tanto en las empresas privadas como en los organismos públicos es habitual confeccionar escritos que justifiquen o den fe de un hecho o situación. Esta justificación recibe el nombre de certificado.

Los motivos para su redacción suelen ser diversos: duración de la jornada laboral, tiempo de permanencia en la empresa, retribuciones percibidas en un determinado período, retribuciones percibidas en un determinado período, de asistencia a un curso, acreditaciones de varios tipos, etc.

Los contenidos de cada una de estas partes varían en función de que sea una empresa pública o privada la que emita el certificado.

	<i>Empresa privada</i>	<i>Administración</i>
<i>Inicio</i>	<ul style="list-style-type: none">– Membrete– Identificación del emisor	<ul style="list-style-type: none">– Membrete– Motivo o descripción
<i>Contenido</i>	<ul style="list-style-type: none">– CERTIFICA: Que...– Identificación del solicitante– Motivo– Efectos	<ul style="list-style-type: none">– Identificación del emisor/cargo– Identificación del solicitante– Objeto: CERTIFICA– PRIMERO: Que...– SEGUNDO: Que...– Efectos– Plazo
<i>Final</i>	<ul style="list-style-type: none">– Lugar– Fecha– Firma	<ul style="list-style-type: none">– Lugar– Fecha– Firma