RAMO: ORTOGRAFÍA Y REDACCIÓN

UNIDAD I

ORTOGRAFÍA

CLASE 01

1. ORTOGRAFÍA ACENTUAL

La Ortografía Acentual permite dar énfasis y sentido a las expresiones, sean estas frases u oraciones, teniendo presente que una diferencia en el tono de voz de la persona que habla, puede cambiar completamente la intención del mensaje. Por esta razón es muy necesario poder conocer y distinguir todos esos elementos básicos, en lo relativo al acento, que facilitan la comprensión y buena comunicación entre dos individuos que interactúan (emisor y receptor)

Al estudiar la ortografía acentual, es importante reconocer la diferencia que existe entre acento y tilde las cuales producen un cambio considerable al momento de definir las reglas gramaticales del idioma.

En la lengua española, prácticamente todas las palabras llevan acento, definiendo este mismo como el aumento en el tono de voz que recae sobre una determinada sílaba en una palabra. También se conoce como sílaba tónica.

La acentuación también puede definirse como la entonación que se produce en las palabras y ésta da sentido a las oraciones cuando se habla o lee un texto permitiendo su mayor comprensión.

Acento:

La Real Academia de la Lengua Española, lo define así:

"Relieve que en la pronunciación se da a una sílaba de la palabra, distinguiéndola de las demás por una mayor intensidad o por un tono más alto".

El acento ortográfico se refiere al aumento en el tono de la voz en una sílaba determinada y está representado por una raya oblicua ubicada sobre la vocal donde se produce la mayor fuerza de voz. Este signo que indica la acentuación se denomina "tilde".

En consecuencia, al referirse a la expresión "acento gráfico" o "acento escrito", se hace directa alusión a la "tilde" que presentan algunas palabras en su estructura.

Por consiguiente, es importante reconocer y distinguir donde se produce la mayor fuerza de voz para, posteriormente, interiorizarse de la acentuación gráfica o tilde y sus reglas implícitas en la escritura, las cuales han sido motivo de estudio de maestros y estudiosos de la lengua castellana.

1.1 Reglas generales

El alfabeto corresponde al conjunto de grafías o letras que permiten la comunicación entre las personas. En el alfabeto castellano puede reconocerse consonantes y vocales, las que en su conjunto dan origen a las distintas palabras y se diferencian en cómo son pronunciadas. De gran importancia es identificar en las vocales aquellas denominadas débiles o cerradas como la “i” y la “u”; y las vocales fuertes o abiertas como la “a”, “e” y “o”. Estas diferencias, dan origen a algunas de las reglas gramaticales de la lengua castellana.

Las palabras, según la sílaba donde lleven el acento, se dividen en: agudas, graves, esdrújulas y sobreesdrújulas:

- Palabras agudas:

Son las que llevan acento en la última sílaba; se tildan sobre la última vocal, si terminan en “vocal” o en una de las consonantes “n” o “s”.

Ejemplos:

“VOCAL”	“N”	“S”
Jabalí	Almacén	Cortés
Café	Glotón	Compás
Tomó	Carbón	Sentirás

- Palabras graves:

  - Son aquellas que se tildan sobre la penúltima sílaba. Las palabras terminadas en “n”, “s” o vocal sólo presentan acentuación, mientras que aquellas palabras terminadas en cualquier otra consonante presentan tilde.

Ejemplos:

Cóndor	Móvil	Nácar
Fútbol	Carácter	Cáncer
Tórax	Azúcar	Néctar
Dócil	Gómez	Fértil

- También se tildan cuando se forma un "hiato"; es decir la unión de una vocal fuerte (a,e,o) con una vocal débil (i, u). y se ubica el acento gráfico sobre la vocal débil: aí, aú, eí, eú, oí, ía, íe, úa, úe, úo. Esta regla se asume aunque exista una "h" intermedia.

Ejemplos:

Países	Tardía	Efectúe
Ganzúa	Desafío	Ahínco
Egoísmo	Alhelíes	Freímos
Heroísmo	Vahído	Flúor

- Cuando se trata de las siguientes terminaciones verbales, que forman hiato, también se acentúan: ía, íe, ío, ías, íes, ían, íen, úa, úe, úo, úas, úes, úan, úen.

Ejemplos:

Cabía	Confíes	Insinúa
Porfíe	Sabrían	Continúo
Sonrío	Habrías	Desvirtúas
Habrías	Efectúa	Acentúes
Extenúen	Porfíen	Leía

- Palabras esdrújulas y sobresdrújulas:

a) Definimos a las palabras esdrújulas como aquellas que se acentúan en la antepenúltima sílaba y por regla general, todas llevan acento ortográfico o tilde.

Ejemplos:

Sílaba	Gráfico	Cántaro
Lámpara	Rápido	Crédito
Súbdito	Pájaro	Técnico
Número	Válido	Ráfaga

b) Definiremos a las palabras sobresdrújulas, cuyo acento ortográfico o tilde, recae en la anterior a la antepenúltima sílaba.

Ejemplos:

Mándamelas	Cánteselas	Óyeselos
Obligándoseme	Róbaselas	Quítaselos

1.2 Reglas especiales

La acentuación y la tilde permiten lograr una correcta entonación e interpretación de las palabras mediante su clasificación de agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas; sin embargo, existen situaciones en que estas reglas no son suficientes para lograr una plena comunicación. Esto da origen a ambigüedades en las oraciones y dificulta la claridad de los mensajes tanto en la expresión oral como escrita. Para estos efectos, existen las reglas especiales de la gramática, que regulan todas esas situaciones que escapan a la normativa general de la lengua castellana.

El conjunto de leyes que reglamentan aquellos casos que escapan a la normativa general, se dirigen bajo las Reglas Especiales y cubren todas esas situaciones y casos particulares que se manifiestan en la gramática. Dentro de las excepciones principales a las reglas generales pueden enunciarse aquellas palabras monosílabas, palabras compuestas (que pueden ir o no unidas por un guión), los adverbios terminados en “mente” y los verbos acentuados con pronombres enclíticos. Por otro lado es importante el estudio del acento diacrítico y el acento dierético como excepciones a las reglas generales.

Acento diacrítico:

Es el llamado acento diferenciador que se aplica en términos de igual escritura (homógrafos), pero con dos o más funciones gramaticales. Sirve para diferenciar entre un artículo y un pronombre, diferenciar entre distintos significados y diferenciar entre oraciones enunciativas e interrogativas (exclamativas).

Se aplica a monosílabos, pronombres, adverbios, interrogativos y exclamativos.

a) Monosílabos con acento diacrítico:

Ejemplos:

Monosílabos	*Función gramatical*	*Ejemplos*
él	Pronombre personal	**Pienso que él se burla**
tú	Pronombre personal	**Tú piensas escribir algo**
Mí	Pronombre personal	**El cuento es para mí**
Té	Sustantivo	**Una taza de té con pan**
dé	forma verbal (dar)	**Dé la mano al caído**
Sé	Forma verbal (saber)	**Ya sé que no debo ir**
Sí	Sustantivo	**Consiguió el sí de sus padres**
Ó	Conjunción disyuntiva entre números	**7 ó 4 pasos**
Qué	Pronombre interrogativo directo	**¿qué piensas estudiar?**
Que	Conjunción subordinante	**Pensé que no le simpatizaba**
Quién	Pronombre interrogativo directo	**¿Quién viene hoy?**
Cuál	Pronombre interrogativo directo	**¿Cuál te gusta más?**
Cuál	Pronombre indefinido	Todos, cuál más, cuál menos, son responsables
Cual	Pronombre relativo	La película a la cual me refiero es entretenida

Deben llevar tilde, la cual aclara su pronunciación y con ella el tiempo verbal al cual que corresponda.

Ejemplos:

Pié	Pretérito indefinido del verbo piar.
Píe	Presente subjuntivo del verbo piar.

Otras formas verbales como: lío (liar), fío (fiar), río (reír)
No llevan tilde: fue, vio, dio, fui, etc. pues cumplen una sola función gramatical.

b) Pronombres demostrativos:

El acento diacrítico también es usado en los pronombres, para diferenciarlos de adjetivos que poseen igual escritura, pero que presentan una función diferente en el lenguaje, tanto oral como escrito. El pronombre, como se decía antiguamente, "remplaza al nombre"; es decir a la persona o sujeto de atención.

Ejemplos:

Palabra	Función	Ejemplos
éste	Pronombre demostrativo	éste lo sabe
este	Adjetivo demostrativo	este niño es simpático
ése	Pronombre demostrativo	ése ha llegado tarde
ese	Adjetivo demostrativo	ese perro muerde
aquél	Pronombre demostrativo	aquél tiene mi edad
aquel	Adjetivo demostrativo	aquel paraguas está roto

Observaciones:

- Esto, eso, aquello, son siempre pronombres; por lo tanto, jamás llevan acento diacrítico.

  Ejemplo:

  Esto es lo único que tengo

- Pronombres demostrativos no se tildan cuando pueden sustituirse por los artículos: el, la, los, las

  Ejemplo:

  Este que te habla…..el que te habla

- Tampoco se tildan los pronombres demostrativos que se sitúan inmediatamente detrás el sustantivo.

  Ejemplo:

  "El niño aquel lloraba a mares"

c) Interrogativos y exclamativos

La Real Academia señala que los adverbios: cuando, cuan, cuanto, como y donde, siempre llevarán tilde en las oraciones interrogativas y exclamativas, manteniendo su regla también en el plural. Esto también corresponde a los relativos: que, cual y quien.

Ejemplos:

- ¿Qué deseas?
- ¿cuál es tu ideal?
- ¿cuánto vale?
- ¿cuáles son mejores?
- ¡cómo me arrepiento!
- Me pregunto cuál escoger
- ¿Por qué el camino es tan tortuoso?
- ¡Qué bien, lo mereces!
- ¿Cómo dijiste?

d) Otros casos de acento diacrítico

La Real Academia sostiene que si una palabra puede conducir a un equívoco, doble sentido o confusión (anfibología), se debe acentuar, como se da en los ejemplos siguientes:

Ejemplos:

- Sólo = adverbio : "estoy en casa sólo hasta las seis"
- Aún = adverbio equivalente a "todavía" : "No ha llegado aún"
- Porqué = sustantivo; significa: causa, razón, motivo : "Ignoro el porqué de su ser"
- Por qué = cuando "por" es preposición y "que" pronombre indefinido, con el ´ significado ¿cuál motivo? : "¿Por qué te vas?" (directo)…."no sé por qué te vas" (indirecto)

CLASE 02

Diptongo

Esta característica gramatical se produce cuando dos vocales se unen en una misma sílaba. Explícitamente en el diptongo debe presentarse a lo menos una de las vocales débiles, sin embargo, ésta no debe poseer acento tónico. De acuerdo a la ordenación de las vocales en la sílaba, se distinguen diptongos crecientes (empiezan con vocal débil "i", "u"), decrecientes (empiezan con vocal fuerte "a", "e", "o") y homogéneos (se unen ambas vocales débiles "iu" ó "ui").

Ejemplos:

Paisaje	Heroico	Magia
Hacia	Desafiado	Odio
Ocio	Cuidar	Europa
Asia	Pueblo	Reinar
Vicio	Cuando	Ruido

Triptongo

Esta característica gramatical se produce cuando tres vocales se unen en una misma sílaba. La R.A.E. define el triptongo como “el conjunto de tres vocales que se pronuncian en una misma sílaba. Los triptongos están formados por una vocal fuerte (a, e, o) que ocupa la posición intermedia entre dos vocales débiles (i, u), ninguna de las cuales puede ser tónica”.

Ejemplos:

- Iai = lidiáis, paliáis
- Iei = lidiéis, paliéis
- Iau = miau
- Uei = averigüéis, buey
- Uau = guau

Acento dierético:

Es el que se aplica a las secuencias vocálicas donde se destruye el diptongo o el triptongo; se utiliza cuando se junta una vocal cerrada tónica con una abierta átona, destruyéndose el diptongo.

A este fenómeno se le conoce con el nombre de “HIATO” y en este caso no se aplican las reglas generales de acentuación.

Hiatos posibles en castellano:

EJEMPLOS:

CRECIENTES		DECRECIENTES	
HIATO	EJEMPLOS	HIATO	EJEMPLOS
ía	Elegía	aí	Raíz
íe	Guíe	eí	Vehículo
ío	Trío	oí	Oír
úa	Actúa	aú	Tahúr
úe	Atenúe	eú	reúno

Las vocales ***a - e - o***, son abiertas o fuertes y las vocales ***i – u*** son cerradas o débiles. Siempre que haya una secuencia de vocal abierta átona y cerrada tónica, se marca el acento, aunque exista una "h" entre ellas y viceversa.

EJEMPLO:

caída – búho – había

El acento en la vocal abierta, que siempre ocupa la situación central entre dos cerradas, no deshace el triptongo. Si lo deshace el acento en una de las cerradas, como en "decíais".

Palabras Compuestas

Las palabras compuestas son todas aquellas que resultan de la unión de dos o más lexemas (palabras). Estas pueden producirse por agregar un sufijo, un prefijo u otra palabra que cambia el significado del lexema de raíz.

EJEMPLO

Sacar + Puntas = Sacapuntas
Electro + Cardio + Grama = Electrocardiograma

- Compuestas sin guión:

Las palabras compuestas se escriben sin guión cuando forman un todo conceptual. En este caso, la primera palabra que la forma, pierde su acento gráfico si lo tenía.

Ejemplos:

- décimo + séptimo = decimoséptimo
- balón + mano = balonmano
- anglo + sajón = anglosajón

- Compuestas con guión:

Las palabras compuestas de dos o más adjetivos unidos por guión, conservan cada una la grafía y el acento original, si lo tenían.

Ejemplos:

- Histórico + Crítico = histórico-crítico
- Teórico + Práctico = teórico-práctico
- Artístico + Melódico = artístico-melódico
- Ítalo + Búlgaro = ítalo-búlgaro

- Compuestas con formantes cultos:

Las palabras con formantes cultos, o al menos el primero de ellos, de origen griego o latino, se tildan de acuerdo a las reglas habituales de nuestro idioma.

Ejemplos:

o	Deca	+	logo	=	decálogo
o	Hecto	+	litro	=	hectólitro
o	Deca	+	metro	=	decámetro
o	Deca	+	polis	=	decápolis
o	Céfalo	+	podos	=	cefalópodos
o	Hepta	+	gonos	=	heptágonos

- Compuestas con sufijo mente:

Los adverbios terminados en mente, conservan la acentuación original que tenían antes de entrar en la composición.

Ejemplos:

o	común	+	mente	=	comúnmente
o	ágil	+	mente	=	ágilmente
o	rápida	+	mente	=	rápidamente
o	feliz	+	mente	=	felizmente
o	tímido	+	mente	=	tímidamente
o	hábil	+	mente	=	hábilmente
o	útil	+	mente	=	útilmente
o	cálido	+	mente	=	cálidamente
o	fácil	+	mente	=	fácilmente
o	dócil	+	mente	=	dócilmente

Acentuación enclítica:

Las construcciones enclíticas son otra forma que adoptan las palabras compuestas. Estas se estructuran con uno o dos pronombres personales pospuestos a un verbo.

a) Todo verbo con tilde la mantiene si se le agrega un pronombre enclítico, es decir, un pronombre que se añade, formando así una sola palabra con el verbo (aunque de acuerdo a las reglas generales debiera omitirlo)

Ejemplos:

- le + expresó = expresóle
- les + contestó = contestóles
- me + felicitó = felicitóme
- se + preguntó = preguntóse

b) Si se estructura la palabra con un verbo que no lleva acento gráfico y se convierte en un término esdrújulo o sobresdrújulo, se acentuará gráficamente (debe marcarse la tilde que corresponda)

Ejemplos:

- dijo + se = díjose
- hago + le = hágole
- beso + te = bésote
- escribe + me = escríbeme
- diga + se + lo = dígaselo

1.3 Palabras dudosas (origen de cada palabra)

Las palabras dudosas son aquellas que en su escritura producen dudas o confusión. El origen de la confusión puede ser variado; desde el uso de las letras que de acuerdo al lexema que lo acompañe cambia su fonema o grafema o por la diferencia que existe al momento de utilizar términos ajenos a la lengua castellana y que en su traducción pueden o no sufrir modificaciones.

Ejemplos:

Tan poco = era tan poco lo que ofrecía…

Tampoco = Felipe tampoco aprobó la oferta
(Fonéticamente hablando, en el momento de escribir la expresión, puede confundir)

a) Acentuación en términos latinos

Las voces y locuciones latinas admitidas por la academia, se acentúan según las normas habituales españolas

Ejemplos:

- Paternóster
- Currículum
- Memorándum
- Ídem
- Sui géneris
- Réquiem

b) Acentuación de extranjerismos

Los sustantivos extranjeros se escriben, en general, con la escritura o grafía original de la lengua de procedencia, sin ponerles ni quitarles acento; pero pueden acentuarse a la española aquellos términos cuya pronunciación y grafía original lo permita. De esta forma pueden escribirse indistintamente, como se muestran en los ejemplos siguientes.

Ejemplos:

o	Ándersen	y	Andersen
o	Brístol	y	Bristol
o	Édison	y	Edison
o	Mánchester	y	Manchester
o	Mözart	y	Mozart

c) Acentuación en mayúsculas

La Real Academia de la Lengua Española, insiste en que las mayúsculas no exceptúan la tilde, incluso nunca fue regla la excepción de dicha tilde o acento ortográfico; lo que ha sucedido es que las máquinas mas antiguas de mecanografías no tenían en sus tipografías para diarios y revistas, las mayúsculas acentuadas; pero cuando se cambió el sistema de tipográfico por planchas, los editores se vieron obligados a considerar los acentos que tanto les complicaban cuando existían los “tipos” móviles.

Las palabras mayúsculas llevan “tildes” conforme a la regla que la rige y que fueron enunciadas anteriormente

Existe el Diccionario panhispánico de dudas de la Real Academia Española, que permite aclarar discrepancias e interpretaciones respectos de la escritura de las palabras y este define claramente que las mayúsculas deben llevar tilde siempre que las reglas de acentuación lo indiquen, siendo la única excepción las mayúsculas que forman parte de siglas y deben acentuarse, además, los extranjerismos en esta misma condición

d) Doble acentuación

En el Diccionario de la R.A.E., en su edición del año 1984, señala que se mantiene la doble acentuación para muchas palabras y sugiere la posibilidad de preferir un tipo de pronunciación, pero siempre dejando de manifiesto la opción de la otra alternativa de pronunciación. Veamos algunos casos

Ejemplos:

Afrodisíaco	Afrodisiaco
Austríaco	Austriaco
Cónclave	Conclave
Demoníaco	Demoniaco
Etíope	Etiope
Fútbol	Futbol
Gladíolo	Gladiolo
Pecíolo	Peciolo
Róbalo (pez)	Robalo
Zodíaco	Zodiaco

2. ORTOGRAFÍA LITERAL

La ortografía literal se preocupa de la correcta utilización de las letras y el empleo de mayúsculas, reglamentando y normalizando el uso de las letras que presentan mayor dificultad.

De esta manera y considerando además que, en el español, un mismo sonido se puede representar con letras diferentes o a la inversa, una misma letra sirve para representar varios sonidos, se producen innumerables confusiones y errores de ortografía, lo cual conlleva a ambigüedades o varias interpretaciones a un mismo mensaje.

De lo señalado anteriormente podemos destacar lo que sucede con el fonema (sonido) “s” que confunde al hablante, al escribir, vacilando entre los grafemas (letras) “c”, “s” y “z”

Ejemplos:

Vejez – después….Decisión – atención

O bien, frente al fonema “b” que se confunde con la “v”, como podemos destacar también en los ejemplo siguientes: carnívora… víbora o provisoria….probeta

Caso contrario ocurre en grafemas como la “g” que según sea la vocal que le siga, cambiara su sonido de “g” a “j”:

Ejemplos:

Guerra – agonizante – agente – género

Esta no correspondencia entre la lengua oral y la lengua escrita origina la necesidad de la existencia de reglas que regulen la ortografía literal.

Seguramente, si no existiera esta particularidad del español, se haría innecesarias las reglas ortográficas. Si cada grafema correspondiera a un solo fonema y viceversa; como es el caso de las vocales y las consonantes: t, d, f, m, n, ñ, l, p. no vacilaríamos entre los diferentes usos.

La ortografía literal no se aprende solamente leyendo un manual de ortografía; es indudable que esto ayuda, pero lo importante, para mejorar la escritura, es tener una lectura constante y detenida de buenos textos literarios, que garantice, evidentemente, calidad.

Por último y antes de iniciar el estudio del uso de las distintas letras, es conveniente ejercitar con periodicidad las diferentes dificultades ortográficas que se presentan, para dominar en mejor forma nuestro idioma.

2.1 Uso de la V, B, C, S, Z

a) Uso de la "v"

- Se usa "v" en la combinación fija "nv".

Ejemplos:

Envidia	Invierno	Convenio
Invitado	Inverosímil	Envase
Anverso	Involuntario	Convoy
Invento	Convulsión	Invicto

- Se usa "v" en la combinación fija "dv".

Ejemplos:

Adventista	Adverso	Advenedizo
Adverbio	Adversario	Advenencia

- Se usa "v" en los adjetivos terminados en: ava – ave – eve – evo.

Ejemplos:

Cóncavo	Suave	Eslavo/a
Clave	Octavo	Leve
Nueve	Nuevo/a	Bravo/a

- Se usa "v" en los sufijos ivo – iva, que forman adjetivos:

Ejemplos:

Reflexivo/a	Adoptivo/a	Pasivo/a
Nativo/a	Corrosivo/a	Deportivo/a
Despectivo/a	Creativo/a	Expresivo/a
Colectivo/a	Caritativo/a	Despectivo/a
Nocivo/a	Activo/a	Altivo/a

- Se usa ***"v"*** en las palabras terminadas en Ívoro – ívora.

Ejemplos:

Carnívoro/a	Herbívoro/a	Omnívoro/a

Excepto: víbora.

- Se usa "v" en las palabras que empiezan con vice – villa.

Ejemplos:

Vicepresidente	Villano
Vicealmirante	Villanía
Vicerrectoría	Villancico

Excepto: billar.

b) Uso de la “b”

- Se escriben con “b” los infinitivos terminados en ber, bir, buir.

Ejemplos:

Escribir	Concebir	Imbuir
Sucumbir	Proscribir	Atribuir
Saber	Recibir	Retribuir
Caber	Subir	Deber

Excepciones: absolver, disolver, llover, mover, precaver, resolver, ver, volver, hervir, servir, vivir y sus compuestos: remover, resolver, revivir, etc.

- Se usa “b” en las combinaciones fijas mb.

Ejemplos:

Ambos	Bambú	Hambre
Ámbar	Cambio	Hembra
Combate	Tumbo	Membrillo
Bomba	Rombo	Hombre
Mambo	Emblema	Timbal

- Se usa “b” en las combinaciones fijas br.

Ejemplos:

Breva	Bracero	Breve
Cabra	Broma	Abrigo
Abraza	Bravío	Braza
Brecha	Brazo	Brinco

- Se usa "b" en la combinación fija bl.

EJEMPLOS:

Blanco	Bloque	Sable
Blazón	Blusa	Amable
Blindado	Blasfemia	Despreciable
Hablar	Ombligo	Emblema
Obligar	Público	Blandir

- Se usa "b" en los pretéritos imperfectos terminados en aba.

Ejemplos:

Miraba	Jugaba	Pintaba
Paseaba	Cantaba	Escuchaba
Sacaba	Amaba	Mostraba
Musitaba	Bailaba	Lustraba

- Se usa "b" en las palabras terminadas en bilidad, bundo, bunda.

Ejemplos:

Habilidad	Apacibilidad	Vagabundo/a
Amabilidad	Compatibilidad	Meditabundo/a
Disponibilidad	Probabilidad	Furibundo/a
Sensibilidad	Afabilidad	Abunda
Posibilidad	Responsabilidad	Contabilidad

Excepciones: movilidad (derivado de móvil) y civilidad (derivada de civil)

- Se usa "b" en los prefijos ab, abs, ob, obs, sub.

Ejemplos:

Aborigen	Abstraer	Absurdo
Abstinencia	Abstener	Súbdito
Abdicar	Abstracto	Obsequio
Abdomen	Absuelto	Absoluto
Submarino	Subdesarrollado	Objeto
Sublimar	Subrayar	Obsecuente

- Se usa "b" en los prefijos bi, bis.

Ejemplos:

Bimensual	Bisabuelo	Bisnieto
Bienio	Bisiesto	Bicicleta
Bisectriz	Bisexual	Bisagra

c) Uso de la "c"

- Se usa "c" en los sustantivos y adjetivos terminados en ncio, ncia.

Ejemplos:

Evidencia	Silencio	Fragancia
Ciencia	Audiencia	Cartomancia
Infancia	Displicencia	Sapiencia
Cansancio	Clarividencia	Distancia

Excepto: ansia, hortensia.

- Se usa "c" en los plurales terminados en "z"

Ejemplos:

SINGULAR	PLURAL	SINGULAR	PLURAL
Coz	Coces	Luz	Luces
Paz	Paces	Nuez	Nueces
Capaz	Capaces	Doblez	Dobleces
Raíz	Raíces	Soez	Soeces
Pez	Peces	Juez	Jueces

- Se usa "c" en palabras terminadas en ción.

Ejemplos:

Solución	Comunicación	Traición
Traslación	Fundición	Partición
Medición	Producción	Revolución
Redacción	Competición	Disposición
Redención	Discreción	Asunción

- Se usa "c" en los infinitivos ceder, cibir, cender, citar.

Ejemplos:

Conceder	Recibir	Ejercitar
Ceder	Percibir	Excitar
Anteceder	Condescender	Recitar
Suceder	Ascender	Preceder

- Se usa "c" en los infinitivos cer, cir, ciar.

Ejemplos:

Cocer	Zurcir	Codiciar
Bendecir	Conducir	Asociar
Acariciar	Deducir	Comerciar
Adormecer	Fruncir	Vaciar
Agradecer	Lucir	Rociar
Predecir	Enjuiciar	Viciar

Excepciones: coser, ser, toser, asir, desasir, anestesiar, extasiar, lisiar, ansiar.

- Se usa "c" en los sustantivos terminados en ción que se corresponden con un primitivo terminado en do, dor, to, tor.

Ejemplos:

SUSTANTIVO	PRIMITIVO	TERMINACIÓN
Canto	Cantor	Canción
Relato	Relator	Relación
Electo	Elector	Elección
Acto	Actor	Actuación
Decorado	Decorador	Decoración
Invento	Inventor	Invención

Excepciones: explosión, posesión.

- Se usa "c" en las palabras terminadas en cio, cia, cie.

Ejemplos:

Diplomacia	Calvicie	Divorcio
Caricia	Planicie	Consorcio

Excepciones:

Epilepsia, gimnasia, Rusia, Prusia, amnesia, iglesia, Dionisio, idiosincrasia, eutanasia, polinesia, autopsia, Asia, menopausia.

- Se usa "c" en las palabras terminadas en cito, cita, cillo, cilla

Ejemplos:

Pececito	Pececillo	Jarroncillo
Tececito	Avecilla	Jaboncillo
Viejecita	Plumilla	Cafecito
Lucecita	Viejecilla	Arrocito

d) Uso de la "z"

- Se usa "z" en los infinitivos y paradigmas de los verbos enzar cuando la z pertenece al lexema de base.

Ejemplos:

LEXEMA	INFINITIVO
Mordaza	Amordazar
Tapiz	Tapizar
Brazo	Abrazar
Matiz	Matizar

- Se usa "z" en los infinitivos y paradigmas de los verbos en izar; aunque el grafema z no pertenezca al lexema de base.

Ejemplos:

LEXEMA	INFINITIVO
Divino	Divinizar
Útil	Utilizar
Visual	Visualizar
Eléctrico	Electrizar

- Se usa "z" en los sustantivos derivados terminados en anza, azgo, eza.

Ejemplos:

Alabanza	Noviazgo	Torpeza
Venganza	Hallazgo	Grandeza
Maestranza	Mayorazgo	Belleza
Andanza	Agudeza	Usanza

- Se usa "z" en los sustantivos abstractos terminados en ez, formados a partir de un adjetivo.

Ejemplos:

ADJETIVO	SUSTANTIVO
Robusto	Robustez
Honrado	Honradez
Viejo	Vejez
Altivo	Altivez

- Se usa "z" en los sustantivos y adjetivos aumentativos terminados en azo o aza.

Ejemplos:

Cabezazo	Mazazo
Rodillaza	Flojonaza

- Se usa "z" en los adjetivos terminados en az, oz, izo, iza.

Ejemplos:

Capaz	Feroz	Enfermizo
Tenaz	Atroz	Plomizo
Audaz	Precoz	Castiza
Rapaz	Veloz	Olvidadiza

Excepciones: poetisa, sacerdotisa.

- Se usa "z" en los sustantivos despectivos derivados y terminados en zuelo o zuela.

Ejemplos:

Bribonzuelo	Portezuela	Mujerzuela
Ladronzuelo	Rapazuela	Pobrezuelo

e) Uso de la "s"

- Se usa "s" en los adjetivos gentilicios terminados en és, esa, ense.

Ejemplos:

ÉS	ESA	ENSE
Inglés	Inglesa	Londinense
Aragonés	Aragonesa	Cretense
Danés	Danesa	Bonaerense
Portugués	Portuguesa	Parisiense
Holandés	Holandesa	Nicaragüense
Japonés	Japonesa	Ateniense

- Se usa "s" en los superlativos terminados en ísimo, ísima.

Ejemplos:

ADJETIVO	SUPERLATIVO
Antiguo	Antiquísimo
Secreto	Secretísimo
Fuerte	Fortísimo
Nuevo	Novísimo
Tarde	Tardísimo
Sabio	Sapientísimo

- Se usa "s" en los adjetivos terminados en oso, osa.

Ejemplos:

Perezoso	Perezosa
Dudoso	Dudosa
Lujoso	Lujosa
Ansioso	Ansiosa
Amoroso	Amorosa

- Se usa “s” en los prefijos semi, sub.

Ejemplos:

Seminuevo	Subdirector
Semihombre	Subalterno
Semilleno	Submarino
Semicama	Subteniente

CLASE 04

- Se usa “s” en los nombres terminados en ísmo e ísta.

Ejemplos:

Positivismo	Positivista
Cubismo	Cubista
Naturalismo	Naturalista
Altruismo	Altruista
Periodismo	Periodista

- Se usa "s" en las palabras terminadas en sión. Se escriben con sión las palabras que se corresponden con los nombres terminados en so y sor.

Ejemplos:

Extenso	Extensión
Impreso	Impresión
Converso	Conversión
Iluso	Ilusión
Sumiso	Sumisión

- Se usa "s" en la forma del pretérito subjuntivo que terminan en ase e isiese

Ejemplos:

Caminase	Escuchase	Contase
Bailase	Amase	Viviese
Muriese	Hirviese	Hiciese
Sirviese	Prendiese	Corriese
Planchase	Orase	Saltase

2.2 Uso de la G, J, H, M, N, LL,

a) Uso de la "g"

En español, la "g" tiene dos sonidos: uno sonoro como en los vocablos garra, ganar, magnánimo, gloria, etc. y otro sordo, idéntico al de la "j", como engirar, gestión, gigante.

- Se usa "g" en la combinación gen, cualquiera sea su ubicación: inicial, media o final.

Ejemplos:

Generoso	Género	Gente
Turgente	Genio	Origen
Gentil	Agencia	Gentío
General	Margen	Urgente
Agente	Genes	Ingenio

- Se escriben con "g" los verbos terminados en ger, gir, gear, gerar.

Ejemplos:

Acoger	Compungir	Prestigiar
Coger	Corregir	Presagiar
Escoger	Dirigir	Aligerar
Exagerar	Elegir	Refrigerar
Exagerar	Exigir	Exagerar
Fingir	Contagiar	Afligir
Privilegiar	Elogiar	Digerir

- Se escriben con "g" las palabras en que entran los elementos griegos geo, log.

Ejemplos:

Apogeo	Geometría	Patológico
Geodesia	Lógica	Silogismo
Geografía	Biológico	Silogística

- Se usa "g" en las palabras terminadas en geio, geia, gismo.

Ejemplos:

Refugio	Dramaturgia	Sicologismo
Colegio	Estrategia	Sociología
Naufragio	Nostalgia	Silogismo
Subterfugio	Magia	Litigio
Sortilegio	Hemorragia	Adagio

- Se escriben con "g" las palabras terminadas en gía.

Ejemplos:

Antología	Etimología	Paleontología
Antropología	Geología	Patología
Podología	Pedagogía	Fraseología
Cristología	Ideología	Imagenología
Sociología	Biología	Filosofía

Excepción: bujía, crujía, herejía, apoplejía, lejía. Estas excepciones tienen su origen en la etimología de las palabras.

- Se escriben con "g" las palabras terminadas en gión.

Ejemplos:

Legión	Religión	Región

- Se escriben con "g" las palabras que usan los elementos latinos: legis, legit.

Ejemplos:

Legible	Legislatura	Legitimación
Legislación	Legista	Legitimar
Legislativo	Legítima	Legitimario

- Se escriben con "g" loa adjetivos numerales terminados en gésimo.

Ejemplos:

Cuadragésimo	Septuagésimo	Trigésimo
Quincuagésimo	Octogésimo	Vigésimo
Sexagésimo	Nonagésimo	Tetragésimo

b) Uso de la "j"

- Se usa "j" en los verbos terminados en jear y sus derivados acabados en aje, ije y uje.

Ejemplos:

Cojear	Bosquejar	Ojear
Hojear	Forcejear	Canjear
Homenajear	Traje	Conduje
Fije	Dije	Contraje

- Se usa "j" en los nombres terminados en aje, je, jero, jera, jería.

Ejemplos:

Ropaje	Coraje	Canje
Relojero	Consejera	Paisaje
Oleaje	Ramaje	Bagaje
Pasaje	Homenaje	Carruaje

c) Uso de la "h"

- Se usa "h" delante de los diptongos que comienzan con vocal débil (i – u)

Ejemplos:

Hiedra	Hiato	Hielo
Huestes	Hierro	Hueco
Huevo	Huira	Huelga
Hueso	Huincha	Huasca
Huérfano	Huella	Huaso

- Se usa "h" en el segundo componente de las palabras compuestas que tengan h en su origen.

Ejemplos:

Deshacer	Prehistoria	Deshilar
Deshelar	Enhebrar	Dehumanizante

- Se usa "h" en los prefijos hidro, higro; que significan agua y humedad respectivamente.

Ejemplos:

Hidrógeno	Higrómetro	Hidroterapia
Hidrómetro	Higroscopio	Hidrófilo
Hidrografía	Hidrofobia	Hidrotópico
Hidratar	Hidráulica	Hidrocefalia

- Se usa "h" en algunos casos para cambiar la "f" latina en el origen de la palabra.

Ejemplos:

VOCABLO	CAMBIO	VOCABLO	CAMBIO
Fermosa	Hermosa	Fernán	Hernán
Fierro	Hierro	Fernández	Hernández
Farina	Harina	Ferramienta	Herramienta
Fumus	Humo	Formica	Hormiga

- Se usa "h" de acuerdo con la etimología.

Ejemplos:

ESPAÑOL	LATÍN	ESPAÑOL	GRIEGO
Haber	Habere	Higiene	Higineios
Hélice	Helix	Himno	Hymnus
Herejía	Herexis	Hisopo	Hyssopus

d) Uso de la “m”

- Se escribe con “m” antes de la letra b y p.

Ejemplos:

Ambición	Amparo	Ampere
Ambivalencia	Comprar	Amputar
Ambos	Comprensión	Comparación

- Se escribe con “m” en ciertas palabras antes de la n.

Ejemplos:

Alumno	Columna	Gimnasio

e) Uso de la “n”

- Se escribe con “n” antes de m y las demás consonantes.

Ejemplos:

Inmanente	Inmoral	Danzar
Inmaterial	Encadenar	Vencer
Inmenso	Encajar	Inconcluso
Inmerso	Encantar	Cansar

Como regla general, no se escribe “n” antes de la letra “b”

f) Uso de la “ll”

- Se usa “ll” en los verbos terminados en llir y sus desinencias.

Ejemplos:

VERBO	DESINENCIA
Bullir	Bullíamos
Engullir	Engulléramos
Mullir	Mullían

- Se usa “ll” en las palabras terminadas en illo o illa.

Ejemplos:

Palillo	Cepillo	Costilla
Sencillo	Vainilla	Vajilla
Anillo	Martillo	Rodilla
Membrillo	Polilla	Ladrillo

- Se usa “ll” los diminutivos terminados en illo o illa.

Ejemplos:

Actorcillo	Librillo	Pantaloncillo
Avecilla	Manecilla	Panecillo
Carboncillo	Navecilla	Vaporcillo

- Se usa “ll” antes o después de “i”.

Ejemplos:

Humillar	Vajilla	Banquillo
Mejilla	Rollizo	Maquillaje
Casilla	Maravilla	Pollino
Astilla	Polilla	Mellizo
Celdilla	Fallido	Pellizco

CLASE 05

3. ORTOGRAFÍA PUNTUAL

Así como necesitamos conocer y hacer un uso correcto de las letra y sus acentos, se hace necesario, también, ejercitarnos en el buen uso de la puntuación que nos ayuda a dar sentido y significado a lo que queremos expresar en forma escrita u oral.

La Real Academia de la Lengua Española, señala que hay necesidad de signos de puntuación en la escritura, porque sin ellos podría resultar dudoso y obscuro el significado del mensaje.

De esta manera, los signos de puntuación comprenden el tercer campo de acción de la ortografía y estos nos ayudan, fundamentalmente, en comprender y utilizar estos signos para ver cuáles son las pausas o detenimientos que requiere el lector o hablante, cuando está frente a una oración, una frase, un párrafo o en un texto completo

Importancia de los Signos de Puntuación

La importancia que tienen los signos de puntuación, radica en el necesario descanso, pausas o inflexiones de voz, que necesitamos efectuar para dar un verdadero y real sentido al significado del mismo texto.

Un signo de puntuación mal empleado provoca ambigüedad y confusión; un signo bien empleado produce claridad y entendimiento.

Los signos de puntuación se clasifican en tres grupos

- Puntuación
- Entonación

- Auxiliares

a) Los signos de entonación:

Son los que se utilizan en las frases u oraciones interrogativas y exclamativas; expresan lo que señalan estos signos en sus nombres: exclamación, admiración, énfasis e interrogación.

Son denominados signos dobles, ya que se deben situar al principio y al final de la oración .Ambos signos denotan el sentir, que el autor desea entregar a la expresión y, además, entregan los matices de entonación para la lectura

Signos de interrogación:	**- ¿? –**
Signos de exclamación:	**- ¡ ! -**

EJEMPLOS:

- ¿Qué le pasa, Señor?
- ¿No hay nadie en esta casa?
- ¿Quién te dijo lo de mi enfermedad?
- ¡No te acerques!
- ¡Cómo me arrepiento ahora!
- ¡Cuidado!

Algunos textos señalan que cuando las oraciones son interrogativas y exclamativas, se puede escribir de la siguiente forma

"¿Y quién dijo semejante mentira!"

b) Los signos auxiliares

Estos signos poseen la característica de destacar las peculiaridades de los mensajes en la escritura. Los más usados en nuestro medio son los que destacamos a continuación en el recuadro. (Existen otros signos de uso menos frecuente, como lo es la llave o corchete)

Signos auxiliares más usados:

Paréntesis	**( )**
Guión	**-**
Raya	**_**
Comillas	**" "**
Crema o diéresis	**¨**
Asterisco	*****

- El paréntesis:

Este signo auxiliar, al igual que los signos de entonación, es doble y sirve para señalar una pausa, entregando información o datos anexos al mensaje que se desea comunicar.

Se usan en: - Separación de elementos intercalados
- Explicaciones en un guión de dramaturgia

EJEMPLOS:

- "Entonces Luis pensó en su polola (la que no veía desde las vacaciones) y recordó los hermosos lugares que visitaron"
- MARIDO. (angustiado) – Vamos a la casa (La besa)

- Guión:

Este signo es representado por una breve raya horizontal, distinta al signo auxiliar denominado "raya", como veremos más adelante.

Se utiliza en los siguientes casos: - separación palabras compuestas
- cuando la palabra no cabe en un renglón

EJEMPLO:

- Cirujano-dentista
- "Durante largos años, ese hombre vivió en la cordillera, enfrentando todas las inclemencias del tiempo"

- Raya:

Este signo auxiliar es similar al guión, pero más largo

Se usa en los siguientes casos: - Encabezar los parlamentos de un diálogo
- Distinguir oraciones intercaladas

EJEMPLOS:

- __ Hay que hacer algo __ dijo su marido"
  __ ¿Tiene muchas heridas?
  __ No, es sólo el brazo
  __ Yo lo curaré"

- "__ La cordillera de los Andes __una de las maravillas de la naturaleza __ se extiende por medio continente hasta sumergirse en las heladas aguas del sur"

- Comillas:

Es un signo auxiliar doble que encabeza y finaliza una oración

Se emplea en los siguientes casos: -Citas textuales
-Títulos, modismos, palabras especiales
-Destacar palabra, frase u oración

La comilla simple es usada para indicar cualquiera de los puntos anteriores señalados, cuando éstos ya están intercalados en un texto mayor.

EJEMPLOS:

- *Violeta Parra cantó* "Gracias a la vida, que me ha dado tanto…"
- María José, lució su "new look" en la cena
- "No estoy ni ahí", decía el joven alumno, al ser sorprendido
- Lo que más admiramos de esa actriz es su "gran sensualidad"
- María dijo a su madre: " Jamás me habían tratado con tanta 'amabilidad' como lo hizo conmigo mi nuevo Jefe"

- Crema o diéresis:

Es un signo auxiliar que se pone sobre la "u" para indicar que ésta se pronuncia; consiste en dos puntos sobre la vocal u en las combinaciones güe y güi

EJEMPLOS:

- Lingüística
- Agüita
- Pingüino
- Vergüenza
- Cigüeña

- Asterisco:

Es un signo auxiliar que tiene forma de estrella (su significado etimológico es estrella), y se utiliza para indicar las notas aclaratorias que aparecen al pie de páginas en algunos textos.(en la actualidad, este signo se está cambiando por numeración)

EJEMPLO:

"Los elementos indispensables del éxito en la carta de venta, como en todas las cartas son la sinceridad y la inteligencia, la honradez, la integridad, jovialidad, optimismo y buen humor, y un genuino interés en servir al lector…" (*)

(*) Nystrom, Paul. Op. Cit

c) Los signos de puntuación

Son los que denotan pausa al interior del escrito y que en la lectura sirven para dar a conocer el sentido de las frases u oraciones.

Signos de Puntuación

Son cinco propiamente tal:

- Coma - , -
- Punto y coma - ; -
- Dos puntos - : -
- Punto - . -
- Punto Suspensivo - ... -

3.1 Uso de la coma

Es el signo de comunicación que significa la pausa más breve y se utiliza en los siguientes casos:

a) Elementos Análogos en una Enumeración

Por elementos análogos se entienden los componentes de la oración que cumplen una función gramatical similar. Estos se separan por comas al ser enumeradas, lo que evitará el uso de las conjunciones y, e, o, u y ni, salvo para cerrar el último elemento enumerado.

EJEMPLOS:

- El bosque estaba habitado por pinos, eucaliptus, álamos y abedules.
- En el concierto, el público rugía, gritaba o cantaba.
- Es una tierra triste, noble, decrépita y rocosa.

Los elementos análogos pueden cumplir la función gramatical de: sustantivo, adjetivo, adverbio, frase, verbo y oración breve.

Ejemplos sustantivos:

- El niño se sintió feliz al recibir sus cuadernos, lápices y libros.
- Los idiomas que provienen del latín son: el italiano, el francés y el castellano.

Ejemplos adjetivos:

- Hermosa, radiante y distinguida caminaba la modelo por la pasarela.
- Feo, sucio y desesperado, caminaba el vagabundo por la ciudad.

Ejemplos adverbio:

- ¿Cómo, cuantos y donde llegaron los hombres?
- ¿Dónde, cuándo y cómo lo lograste?

Frases:

- Le gustan las naranjas mandarinas, las uvas moscateles y los higos morados.
- Subí las escaleras, crucé los arrecifes, me llevaron los trenes, las aguas me trajeron.

Verbos:

- Nacer, vivir y morir es la ley de la vida.
- Fui, vi y oí todo lo que ahora les cuento.

Oraciones breves:

- Es un país largo, es un país con largas cordilleras, es un país de mar y gente hermosa.
- El mayor practica atletismo, el segundo prefiere el fútbol y la niña estudia ballet.

b) Hipérbaton

Es una figura de construcción gramatical que consiste en la inversión del orden lógico de las palabras en la oración; es un orden no regular. Se altera el orden de los componentes de la oración adelantando lo que debiera ir después y viceversa. En estos casos debe ponerse **“,”** en la parte que se anticipó en la oración.

Ejemplos:

Orden Natural

- La parafina es la más contaminante de los combustibles que se utilizan en calefacción.

Hipérbaton

- De los combustibles que se utilizan en calefacción, la parafina es la más contaminante.

c) Elipsis

Consiste en la supresión de una o más palabras en la oración sin que pierda esta su claridad y precisión. Se coloca como **“,”** en el lugar que se omite la palabra.

Ejemplos:

- La amistad es muy hermosa; la enemistad, peligrosa. (Verbo elíptico: es.)
- Todos tenemos defectos, pero yo, más que nadie. (Verbo elíptico: tener.)

d) Conjunción

Se coloca "," antes de las conjunciones causales (pues, puesto que, porque, ya que, en razón de que, etc.) y antes de las conjunciones adversativas (más, pero, sino, aunque, a pesar de que, etc.) cuando encabezan una oración breve.

Ejemplos conjunciones causales:

- Luis, no tienes razón, porque te contradices.
- La vida no tiene sentido, puesto que, muy pocos son felices.

Ejemplos conjunciones adversativas:

- La neblina nos hizo perder el camino, más logramos ubicarnos.
- Tú dices que lo vistes, pero estás mintiendo.

e) sujeto de larga extensión

Los sujetos que poseen una gran extensión, se separan del predicado por **"**,**"**.

Ejemplos:

- Los pobres pobladores del destruido balneario, sonreían con Fé y esperanza.
- La convulsionada vida en la niñez del cantante, sonrió con el éxito alcanzado en el show.

3.2 Uso del punto Seguido

El punto es el signo de puntuación que indica una pausa completa y señala el término de una oración, un párrafo o un texto. En este sentido el punto puede ser punto seguido, punto aparte o punto final. El uso de cada uno en los textos depende en gran medida de la estructuración del mensaje. De esta forma como el punto es una pausa en la codificación del mensaje, de acuerdo a su intensidad posee distintos usos.

Cuando una oración finaliza y comienza inmediatamente la siguiente; entre ambas oraciones se pone un "." (punto). Este otorga la pausa para continuar con el contenido del párrafo y hablamos del punto seguido.

Ejemplo:

"Juan llegó a la meta casi sin aliento(1). Su corazón estaba muy agitado(2). Los espectadores aplaudían fuertemente(3). Nadie esperaba su triunfo."

El primer, segundo y tercer punto (1, 2, 3) son puntos seguidos, ya que luego de ellos se estructura una nueva oración.

3.3 Uso del punto aparte

Cuando una idea se ha estructurado en un párrafo, se indica el término de este con un punto aparte. Por otro lado, si además de terminar la idea del párrafo y se desea finalizar el texto, se aplica el punto final el que indica que el mensaje ha sido concluido.

Ejemplo:

"Hermanos: alégrense, trabajen para alcanzar la perfección, anímense unos a otros, vivan en armonía y en paz. Y entonces el Dios del amor y de la paz permanecerá con ustedes(1)."
"Salúdense mutuamente con el beso santo(2). Todos los hermanos les envían saludos(3)."
"La gracia del Señor Jesucristo, el amor de Dios y el espíritu Santo permanezca con todos ustedes (4)."

Segunda carta a los Corintios

El punto 2 es seguido.
Los puntos 1 y 3 son puntos apartes ya que finalizan la idea de un párrafo.
El punto 4 indica el término del texto o tema general y se denomina ***punto final.***

3.4 Uso del punto y coma

Este signo indica una pausa más prolongada que la coma, es un descenso en la entonación que no supone el fin de la oración, sino un descanso que separa dos de sus miembros; en otras palabras indica una pausa intermedia entre la coma y el punto. Implica una separación de los miembros de la oración, pero no supone autonomía de sentido de cada uno; por el contrario ambos se relacionan directamente.

Se utiliza en los siguientes casos:

a) En oraciones formadas por dos o más subordinaciones

Que a su vez se subdividen por comas.

Ejemplo:

- La paz es como un día luminoso y asoleado; la guerra, un día oscuro y nublado eternamente.
- El anhelo de Luis es ser doctor; el de María profesora; el de Felipe enfermero, y el mío, actor.

b) Conjunciones Adversativas

Se utiliza punto y coma antes de oraciones adversativas, siempre que encabecen una oración de larga extensión.

La tendencia moderna es utilizar más la coma antes que el punto y coma antes de las conjunciones adversativas.

Ejemplo:

- Nunca pensó encontrarse en ese lugar***;*** pero la vida siempre vuelve a enfrentarnos a situaciones del pasado.
- Todos conocen las reglas del juego***;*** sin embargo algunos las olvidan con frecuencia

c) Oraciones relacionadas por el significado

Se utiliza punto y coma para separar las oraciones que se encuentran relacionadas directamente con la que sigue.

Ejemplo:

- Los niños juegan en el patio; gritan y ríen con sus voces claras; corren hacia la pelota esquiva; el perro los sigue, agitando la cola.

- La caravana estaba descansando; los camellos se habían tendido, dósiles; las palmeras formaban un círculo en torno; todos estaban comiendo.

3.5 Uso de Puntos Suspensivos

Este signo señala una pausa larga y luego de ella la oración puede continuar o finalizar. Se utiliza en los siguientes casos:

a) Para indicar que viene algo inesperado

Indican que lo expresado a continuación es algo inesperado; en este caso, la oración continúa.

Ejemplo:

- Siento decirlo, Manuel, pero de esta casa… no sales.
- Algún día hemos de llegar… después sabremos adonde.

b) Cuando se calla algo por duda o desconocimiento

O para otorgar un doble matiz a la oración; en este caso la oración queda trunca.

Ejemplo:

- Tu sabes que si no vas…
- Yo no sé si debo…
- Si por lo menos me divirtiera…
- Si no cumples lo prometido…

c) Cuando el hablante titubea

Ejemplo:

- Bueno… no sé… espera un tiempo…
- No… yo no fui… no sé quien lo hizo…
- Pero… acaso, Luis también…

3.6 Uso de Dos Puntos

Es el signo de puntuación que indica una pausa completa, sólo que la inflexión de la voz señala que la oración no termina. Se emplea en los siguientes casos:

a) En Citas Textuales

Las que se iniciarán con mayúscula y encerradas entre comillas.

Ejemplo:

- Entonces Juan dijo: “Fue una fiesta inolvidable”
- Como dijo Jesús: “Dejad que los niños vengan a mí”

b) Después de una frase que anuncia una enumeración

Ejemplo:

- Las novelas que más me atraen son dos: las históricas y las románticas.
- En su cartera guardaba muchas cosas: lápices, pañuelos, llavero y un poco de dinero.
- Sus próximas actuaciones serán en las siguientes ciudades: Valparaíso, Santiago y Curicó.

c) Antes de una oración, frase o palabra que es resumen o consecuencia de la que la antecede

Ejemplo:

- La existencia del hombre está llena de muchos misterios: la muerte es uno de ellos.
- La vida nos enfrenta a muchas interrogantes: el destino juega malas pasadas.
- En la Edad Media, la sociedad vivía en torno a un solo sistema: el Feudalismo.

d) Después de las expresiones con que se dan inicio a cartas, notas, comunicaciones, certificaciones y memoriales

Ejemplo:

- Estimado amigo:
- Señor Apoderado:
- Conciudadanos y compatriotas:

4. PARÓNIMAS, HOMÓFONOS Y HOMÓGRAFOS

En la lengua española hay palabras que, tienden a confundir al lector o al hablante, ya sea por su igual fonema o grafema; como también por sus semejanzas de etimología. Se producen así, las palabras: parónimas, homófonas y homógrafas.

4.1 Palabras parónimas:

Son aquellas palabras que tienen relación o semejanza de etimología, forma o sonido con otra.

a) Parónimas con “b” y “v”

Ejemplos:

VOCABLO “V”	DEFINICIÓN	VOCABLO “B”	DEFINICIÓN
Absolver:	Dejar sin culpa, perdonar.	Absorber:	Aspirar
Vello:	Cabello, pelo.	Bello:	Hermoso
Cavo:	Verbo cavar.	Cabo:	Extremo de algo.
Vaya:	Verbo ir.	Baya:	Fruto.
Vase:	Se va.	Base:	Apoyo.
Varón:	Hombre.	Barón:	Título de nobleza

b) Parónimas con “ll” e “y”

Ejemplos:

VOCABLO “Y”	DEFINICIÓN	VOCABLO “LL”	DEFINICIÓN
Aboyar:	Colocar boyas.	Abollar:	Dañar.
Hayamos:	Verbo haber.	Hallamos:	Verbo hallar.
Rayo:	Fenómeno atmosférico	Rallo:	Verbo rallar.

4.2 Palabras homófonas:

Son las palabras de igual sonido y distinto significado.

a) Homófonos s y c

Ejemplos:

VOCABLO "C"	DEFINICIÓN	VOCABLO "S"	DEFINICIÓN
Cegar:	Dejar sin visión.	Segar:	Cortar hierbas.
Cesión:	Verbo ceder.	Sesión:	Reunión.
Haces:	Verbo hacer.	Ases:	Verbo asir.
Hacia:	Preposición.	Asia:	Continente.
Cepa:	Variedad vegetal.	Sepa:	Verbo saber.
Ciento:	Cantidad.	Siento:	Verbo sentir.
Cocer:	Cocinar.	Coser:	Unir con hilo.
Cede:	Verbo ceder.	Sede:	Lugar de encuentro.
Ceda:	Verbo ceder.	Seda:	Tela.

4.3 Palabras homógrafas:

Las palabras de distinto significado, pero de igual escritura.

Ejemplos:

VOCABLO	DEFINICIÓN "A"	DEFINICIÓN "B"
Vino:	Verbo venir.	Brebaje de uva.
Río:	Corriente de agua.	Verbo reír.
Carpa:	Tienda.	Pez.
Vaso:	Recipiente de líquidos.	Vía sanguínea.
Papa:	Tubérculo.	Obispo de Roma.
Ases:	Verbo asir.	Cartas de baraja.
Abrigo:	Ropa.	Verbo abrigar.
Raíz:	Órgano vegetal.	Símbolo matemático.
Haz:	Verbo hacer.	Rayo de luz.
Uno:	Número.	Verbo unir.
Piso:	Verbo pisar.	Banca pequeña.
Banco:	Sucursal bancaria.	Asiento de madera.

La gramática de la lengua castellana forma la estructura fundamental de la redacción ya que permite la comunicación mediante expresión oral y escrita de forma clara y precisa. De esta forma, el uso de reglas de acentuación permite orientar y dar sentido o entonación a las oraciones y proporcionan el carácter a la frase a modo de evitar las palabras planas y ambiguas.

También es importante reconocer el uso de los puntos en la elaboración de mensajes escritos ya que al ser leídos facilitan la comprensión por las pausas que incluyen los textos. Estos puntos varían en su sentido de acuerdo a la ubicación en el texto y lo que quieren lograr siendo los más relevantes el punto seguido, punto aparte, dos puntos, puntos suspensivos y punto final.

Para evitar las confusiones en los mensajes, es preciso utilizar términos que no den cabida a dobles interpretaciones y así es importante hacer diferencia entre las palabras parónimas, homófonas y homógrafas donde puede existir similitud fonética o gráfica pero su significado es diferente.

RAMO: REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

UNIDAD II

REDACCIÓN ADMINISTRATIVA Y OFICIAL

CLASE 01

1. GENERALIDADES

No necesariamente se debe ser una persona “letrada” para tener la obligación de escribir bien o de forma adecuada. La palabra “bien escrita” es una imperiosa necesidad para el buen desarrollo de la vida moderna.

El buen uso de la palabra es el instrumento específico de la expresión individual y la comunicación entre los hombres. Este vehículo del lenguaje exterior (descarga o exteriorización del complicado lenguaje interior) puede ser manifestado en forma oral o escrita.

La expresión oral no sólo tiene a su disposición el lenguaje —las palabras en sí—, sino que se vale eficazmente de otros medios: el tono intencional con que se dicen las cosas, los matices enfáticos, la acción corporal (gestos, movimientos, posturas), el ambiente o situación exterior que rodea a los interlocutores; en fin, el conjunto de elementos paralingüísticos que actúa con equivalente o mayor eficacia que los vocablos mismos.

Cuando tenemos la necesidad de utilizar el lenguaje escrito no hay modo de escapar de ciertas exigencias que no tiene el lenguaje oral.

La redacción es, en sí, la creación de textos escritos. Pero simplemente escribir no basta; es necesario que el redactor lo haga con exactitud, originalidad, concisión y claridad.

Al margen de estos requisitos, es necesario tomar en cuenta algunos aspectos formales para la redacción de todo trabajo escrito: margen, sangría, organización de las ideas en el párrafo, ortografía, uso de letras mayúsculas y signos de puntuación y una serie de características generales como por ejemplo:

- Claridad:

La claridad del lenguaje y el estilo se basa en la elección apropiada de las palabras y la construcción acertada de las oraciones, de manera que el destinatario pueda comprender sin dificultad el mensaje del emisor. Se considera como la virtud más destacada de la lengua española.

Cualidad que se alcanza, en gran medida, cuando los términos se emplean con propiedad, es decir, con el significado y la categoría gramatical propios, las palabras se emplean en el orden adecuado dentro de la construcción sintáctica para evitar cualquier ambigüedad, se puntúa adecuadamente y se suprime el uso de frases y modismos locales como siglas y abreviaturas poco frecuentes. Un ejemplo es:

Incorrecta: Las normas de seguridad de la compañía que han estado en vigor desde hace mucho tiempo, según un estudio que hemos hecho, resultan insuficientes, lo cual se comprueba en el crecido número de accidentes de trabajo. Por lo anterior, les ruego encarecidamente se sirvan cumplir con este nuevo reglamento de seguridad que hemos elaborado. Las antiguas normas no tomaban en cuenta al personal que hemos contratado desde hace dos años. Les podemos asegurar que el nuevo reglamento lo actualizaremos en lapsos no menores de cinco meses y no mayores de siete.
Correcto: Las normas de seguridad no tenían en cuenta el crecimiento real de la compañía ni los riesgos a que se exponen los trabajadores. Por lo anterior, se ha elaborado este nuevo Reglamento de Seguridad, que hoy entra en vigor, y que será actualizado cada seis meses, aproximadamente. Les ruego que cumplan con él para evitar más accidentes.

La impropiedad en el uso del léxico consiste en emplear un término con un significado distinto del suyo. Algunos ejemplos comunes:

- *asesoría* por *asesoramiento*
- *alimenticio* por *alimentar/o*
- *a través de* por *mediante*
- *infringir* por *infligir*
- *ubicar* por *localizar*

Las causas más comunes de la impropiedad son el desconocimiento del vocabulario, la inseguridad respecto a los significados y, muchas veces, la falta de atención al redactar.

Las anfibologías (oraciones susceptibles de varios significados), atentan contra la claridad. Generalmente, se originan en la ubicación inadecuada de los elementos pues, ya que al modificar el orden de los componentes oracionales, aparecen diversas interpretaciones posibles. También, pueden originarse en la redacción descuidada. Entre las más comunes, aparecen en los periódicos

- Sandalia para mujer negra
- Cuna para niño de madera
- Pantalón de vestir mujer
- Ron Abuelo Añejo
- Se necesita personal de ambos sexos

Por la flexibilidad del español, la construcción de sus oraciones no está sometida a reglas fijas. Sin embargo, los descuidos en el orden de los elementos a veces provocan oraciones anfibológicas, perjudiciales para la claridad por la doble interpretación posible.

En todos los textos es muy importante la claridad. Las frases y oraciones ordenadas sencillamente tienen que prevalecer sobre las complejas, construidas por abundantes oraciones subordinadas; la falta de vocabulario tiene que ceder ante el más conocido para garantizar la transmisión nítida de los conceptos.

En definitiva la claridad corresponde al código. Hay que escribir con un máximo de sencillez para que el código no haga de filtro, sino que permita el paso del mensaje.

- Corrección:

Corresponde al canal. Se debe escribir correctamente, cumpliendo las normas gramaticales y estructurales y presentar el texto formalmente digno.

- Precisión:

La precisión léxica está basada en el uso adecuado de las palabras con su correcto significado, para que la persona que recibe el mensaje no tenga ninguna dificultad en comprenderlo. Se debe tener claro que las palabras deben usarse sin intención de doble sentido o ambigüedad, puesto que existe gran cantidad de palabras que pueden tener significados distintos dependiendo del contexto en el que sean utilizados. Cuando se expresa algún tema de manera oral o escrita se debe tener presente que cualquier palabra que tenga más de un significado debe utilizarse con uno sólo (significado) a lo largo de la comunicación para evitar la ambigüedad y por ende una mala comprensión de lo que se quiere expresar.

Se debe tener varias consideraciones acerca de la precisión léxica, como por ejemplo, el hecho de que se hable la misma lengua en distintos lugares, no implica que las palabras sean utilizadas con el mismo sentido y en todos los niveles socioculturales tenga la misma interpretación.

No hay que olvidar que habrá ocasiones en que el receptor no manejara el mismo nivel técnico-conceptual que el emisor, por lo cual será necesario la utilización de un vocabulario contextualizado (dentro de lo formal), para que el receptor no tienda a interpretar de manera errónea el mensaje.

Básicamente, es la cualidad de obtener el preciso significado que el autor desea entregar y no dar pie a otras interpretaciones. Algunos ejemplos son:

• El plancton se distribuyó mejor en ambas bahías. • El propósito de este trabajo fue determinar la flora intestinal de las palomas. • Las larvas son de color café. • El autor tiene que escribir para la audiencia. El lector no puede levantar la mano para aclarar sus dudas y mucho menos leerle la mente al autor.

- Sencillez:

La redacción, en general, se caracteriza por la simpleza, lo cual significa un acercamiento lógico y natural, propia de una conversación, aunque con las salvedades propias del lenguaje escrito. Las expresiones rebuscadas y ceremoniosas, a veces rutinariamente serviles, resultan improcedentes en esta época de practicidad y realismo. Un ejemplo de esto es la cortesía en las cartas, la cual se ha aligerado de frases o palabras fuera de moda o poco practicas: así, el clásico final de carta "Se despide de usted como su afectísimo, atento y seguro servidor", ha quedado reducido al más lógico "Atentamente", en que se sobrentiende "Lo saludo". La sencillez (no la vulgaridad ni la grosería) imprime a la redacción un tono de veracidad expresiva que la favorece en efectividad y atracción. Algunos ejemplos:

Incorrecto: La petición del acusado para salir en libertad provisional no encontró la aprobación del juez, que la rechazó. Correcto: El juez negó la libertad provisional al acusado.
Incorrecto: Se decidió por la Asamblea que el asunto no sería examinado hasta la próxima sesión. Correcto: La Asamblea decidió estudiar el asunto en la próxima sesión.

- Sin vicios de lenguaje:

Evitar el uso de palabras extranjeras o de mal sonido.

- Adecuación:

Según la situación comunicativa que se presente, el texto deberá respetar una variedad y un registro.

Por otro lado, se debe considerar que existe un registro, que es la variedad de lengua particular que depende exclusivamente de la situación comunicativa, por ende será necesario que el registro este adecuado al contexto.

Los textos jurídicos se caracterizan por tener un lenguaje técnico, específico y formal. Sin embargo, a veces el abuso de un vocabulario específico y de un estilo formal puede dificultar la comprensión del texto por parte del lector. La elección del vocabulario es mera decisión del autor del texto y no está completamente determinada por la situación, puesto que es posible reemplazar los términos más complejos o confusos sin alterar la esencia del texto. Por eso, hay que tener en cuenta que un cuidado excesivo del registro en perjuicio de la claridad puede ser contraproducente para la interpretación del escrito.

En resumidas cuentas la disposición de las ideas, el vocabulario y el estilo utilizado concuerdan con el propósito que le dio origen. La funcionalidad u eficacia dependen del tipo de escrito y del público al que va dirigido.

- Estilo:

Es la forma particular de expresarse; está en relación directa con la forma de ser de quien escribe. Las características más apreciadas en un estilo son: amenidad, sencillez y sobriedad.

- Coherencia:

La coherencia es una propiedad de los textos que consiste en seleccionar y organizar la información que el hablante quiere transmitir, para que esta pueda ser comprendida de manera clara y precisa por el receptor. Un texto coherente tiene las siguientes características:

- Todos los enunciados están en relación a un tema.
- Se encuentra internamente organizado o estructurado. Es decir, todas las partes están relacionadas entre sí.
- Presenta una progresión temática que puede presentarse de diversas formas, pero lo que no hay que perder de vista es que el tema es la información conocida y que toda la información nueva o desconocida girará en torno a esa información.

Podemos identificar tres tipos de coherencia:

Lineal, secuencial o local: es la que se mantiene entre las proposiciones expresadas por oraciones o secuencias de oraciones conectadas por medio de relaciones semánticas. A continuación se presentan algunos ejemplos de coherencia local:

Lee los siguientes enunciados:

1. *Esta mañana fui a los tribunales y allí encontré al licenciado Roberto Morales.*

2. *Todo está muy nublado, parece que habrá tormenta.*

3. *- ¿Vas a Madrid mañana?.*
-No, no voy.

Observa que hay una relación lógica de antecedente y consecuente en los enunciados anteriores, porque, por ejemplo, en el primer caso, es lógico que yo encuentre en los tribunales a un abogado; como deducir también en el segundo caso que habrá tormenta, y una relación lógica en el tercero de negación a una pregunta. A este tipo de coherencia se le llama lingüística o lineal, porque hay concordancia de significado (semántica) entre dos oraciones contiguas de un texto.

Global: está determinada por las macro estructuras textuales. Caracteriza al texto como una totalidad —en términos de CONJUNTOS de proposiciones y secuencias completas—. A continuación un ejemplo de coherencia global y posterior explicación de éste:

Atrás quedaron "La voz de los ochenta" y "Tren al sur" de los disueltos Prisioneros. Hoy, la onda chilena está en otra. Han cambiado las temáticas y los estilos. En los noventa, bandas como Lucibell y Los Tres instauraron nuevos estilos, ganándose al público chileno. Hoy, ambas décadas reviven, ganando cada una de ellas su propio público.

¿Cuál es el tema central de este texto?

-Suele estar reflejado en su título. Este último, por lo general, sintetiza el tema central del texto.

-Para reconocerlo, es útil intentar responder a la pregunta "¿de qué se trata el texto?" una vez finalizada la lectura.

Pragmática: se da en la adecuación permanente entre el texto y el contexto (las condiciones específicas de los interlocutores, la intención comunicativa, el tiempo, el lugar y demás circunstancias extra verbales). A continuación se presenta dos ejemplos y su posterior explicación:

Observa los siguientes enunciados:

1. ***¡Quién tuviera ahora una cama!***

2. ***¿Vas a Madrid mañana? Los pilotos de la línea Iberia están en huelga***

Hay oraciones en que no hay concordancia desde el punto de vista lingüístico lineal, pero sí la hay desde el punto de vista pragmático.

Si observas el primer ejemplo te darás cuenta de que el hablante no requiere del mueble-cama, sino que está expresando su cansancio utilizando una expresión que, tomada literalmente y sin contexto, no tiene coincidencia entre lo que se dice y se quiere decir; este tipo de coherencia se conoce como pragmática pues cumple el deseo de comunicar un mensaje aunque el hablante utilice expresiones que, aparentemente, no tienen relación de significado exacto (en sentido lineal) con lo que se desea decir.

- Buena Ortografía:

  Uso adecuado de las letras y acentuación.

- Concisión:

Consiste en la forma que tiene el emisor, para emplear con exactitud las palabras necesarias y así expresar sus ideas. Se es conciso cuando escribimos con sencillez y exactitud, sin dar muchos rodeos. Es muy importante recordar que el ser conciso no es sinónimo de brevedad.

La redacción de documentos al interior de alguna repartición pública o institución jurídica no está ajena a estas características necesarias para una escritura adecuada y precisa, que no deja espacios para las dobles interpretaciones por parte del receptor.

Son los certificados, cartas y memorándums, documentos propios del trabajo administrativo, necesarios para poder mantener una comunicación fluida y formal al interior de alguna institución.

1.1 Redacción de certificados, cartas y memorándums

El desempeño dentro del ámbito de la administración pública o judicial, llena de formalismos y lenguajes técnicos, exige una preparación y conocimiento por parte de los actores que interactúan en este ámbito.

a) Redacción de certificados

Los certificados son tipos de textos administrativos empleados para constatar un determinado hecho. Es un tipo de texto que se produce normalmente a instancias de quien lo recibe, y por una persona con autoridad suficiente dentro de la institución para establecer que se ha cumplido con lo afirmado en el documento. Si llega haber alguna irregularidad o falsedad en lo declarado, puede ser sancionado por la ley.

Los certificados pueden confirmar muy diversos hechos:

- La asistencia, participación u organización en un curso, jornada o acto
- Los resultados académicos
- La docencia de determinado curso o seminario
- La experiencia profesional en determinado campo
- La pertenencia a un grupo o jerarquía
- Los conocimientos de lenguas extranjeras
- La realización de cualquier otra actividad académica o extraacadémica
- La adecuación de un objeto a una norma
- El estado físico y/o mental en el que se encuentra una persona

Un ejemplo es:

CERTIFICACION DEL SECRETARIO

En Santiago, a ..... de ..... de mil novecientos noventa y ....., el Secretario Titular del ..... Juzgado Civil de esta ciudad, según resolución de fecha .... de ..... en curso, certifico, con el propio mérito de autos, los siguientes hechos:

1º .....

2º .....

Tales hechos constan en las actuaciones de fojas ...., y ....., de este proceso.
Doy fe.

Nombre, firma y timbre

CLASE 02

b) Redacción de cartas

La carta como un documento administrativo es empleada para informar formalmente a los abogados o a las personas competentes en su campo referente a las decisiones administrativas. Su propósito es informar a las personas de manera formal.

La redacción de cartas tiene dentro de sus generalidades, ciertas premisas que son la base para lograr comunicar los que se desea por medio de este instrumento.

A continuación se presentan algunas pautas, para una correcta redacción:

- Cuidado de la ortografía. Los errores de ortografía distorsionan el efecto que queremos transmitir, el subconsciente los capta y la imagen de rechazo se crea de forma irreversible.

- Los signos de puntuación: Aunque parezca mentira, un exceso de comas hace más difícil la lectura de una carta. Se recarga la información y se logra un efecto de pesadez en su lectura, debemos por tanto usar los signos de puntuación en su justa medida.

- La tipografía: Se trata del conjunto de caracteres que usamos al redactar nuestros documentos. Los programas tipo Word nos hacen más fácil el utilizar diversas tipografías. La imagen corporativa debe utilizar siempre la misma tipografía para todos los textos.

- Alineación: Una buena alineación facilita la correcta lectura y la hace agradable a la vista. Se trata de cuidar la estética y la uniformidad de los escritos. Se recomienda la justificación del margen derecho para no crear una imagen de desorden.

- Es también recomendable usar el doble espaciado entre líneas.

- Utilizar negritas, subrayados y cursivas solo para destacar aquellas palabras relevantes de la carta, sin abusar para no caer en excesivas frases que recargan el contenido.

- Se ha de conocer que por norma habitual un párrafo corto invita a leer de manera más agradable que un párrafo largo.

- Aparte de estas pautas estéticas, también debemos enfocarnos en los objetivos por los cuales redactamos el documento, de manera que el receptor preste atención a nuestro objetivo.

- Y para finalizar, debemos poner en orden las ideas y datos informativos de modo que nos facilite la redacción:

- Una Introducción

- El objetivo: Que capte nuestra atención

- El contenido: La información por la que nos ponemos en contacto, adaptada al grupo específico.

- El desenlace: Resto de información secundaria.

- Una despedida cordial: adaptada también al tipo de personas dirigida.

Teniendo en cuenta entonces que la carta es uno de los recursos más utilizados de comunicación por las diferentes instituciones existentes, una carta mal redactada, confusa, con errores e incluso con faltas de ortografía enviada desde su empresa o institución, puede ocasionarle un grave deterioro de su imagen institucional. Ejemplo de una carta es:

Carta de Honorarios

En ....., ... de ..... de 199...
Señor don
.....
Calle ..... Nº..... Oficina Nº.....
Por mano.
Estimado cliente:

Le ruego se sirva enviar, a cuenta de honorarios, por las gestiones de ....., que estoy realizando para Ud., la suma neta de $ .....

Hago presente a Ud. que, de acuerdo con lo estatuido por el art. XVIII del Arancel de Honorarios de Abogados, éstos se reajustan, en su caso, con la variación del índice del costo de la vida (IPC).

A vuelta de correo, enviaré a Ud. la boleta de honorarios respectiva.
Saluda atte. a Ud., su Afmo. Abogado, y SS.,

Nombre y firma
_____

NOTA: Si el honorario es el total; o es el saldo final (en vez de un abono), así se expresará.

El Abogado deberá ingresar, hasta el día 12 del mes siguiente, el impuesto del caso, como pago provisional mensual, a cuenta del tributo de categoría y de global complementario. Si la boleta se da a una empresa, ésta debe retener el 10% de ella, y hacer el ingreso respectivo en Tesorería, en su caso.

c) Redacción de memorándums

El memorándum es la forma breve de comunicar asuntos de tipo administrativo a personas que se desempeñan al interior de una empresa, institución o dependencia del gobierno.

Usualmente este tipo de documento se elabora en hojas de papel media carta. Se pueden encontrar formatos que llevan impreso el nombre de Memorandum. (El plural de la palabra es variable y todos son correctos Memoranda, Memorándums, Memorandos o Memorándumes).

Otra definición de ésta sería: Un memorándum (memo como se le conoce en el ambiente laboral) es un documento escrito que es menos formal que la carta y se utiliza para el intercambio de información entre áreas de una empresa con el objetivo de dar a conocer información diversa como recomendaciones, instrucciones, disposiciones y más.

Si bien no se puede desconocer la importancia de los documentos anteriores, hay que precisar que dentro de la redacción de textos en instituciones particulares o dependientes del estado, los comunicados oficiales son fundamentales para mantener una eficaz interacción entre los distintos agentes de dicha repartición o institución. Ejemplo de memorándums:

MEMORÁNDUM

Para:
Mauricio del Moral , Director General

De:
Luz María Durán

Asunto:
Reunión de Ventas

El área de ventas llevará a cabo su reunión mensual el día 22 de Abril del 2008. En la reunión se discutirán los temas referentes al incremento de ventas que se ha alcanzado en el último trimestre.

Es muy importante contar con su presencia.

Saludos a UD.

Atentamente
Luz María Durán
Gerente Ventas

1.3 Redacción de comunicados oficiales

Hay que reconocer que los comunicados oficiales son la manera que tiene cualquier estamento privado o público de mantener todas sus áreas informadas con respecto a cualquier decisión, requerimiento o solicitud que debe ser de conocimiento de la o las personas aludidas. Esta debe ser en forma escrita y cumpliendo con ciertos estándares, ya sean universales o propios de la institución.

a) Redacción de un oficio

De acuerdo con el Diccionario de la RAE, es la “comunicación escrita referente a los diferentes asuntos, que competen a las diferentes dependencias del servicio público, un oficio es utilizado comúnmente para mediar entre individuos de varias corporaciones particulares sobre asuntos concernientes a ellas. Oficiar, significa “comunicar una cosa oficialmente y por escrito”.

En un intento de máxima precisión, se debe caracterizar el Oficio como la “comunicación escrita de carácter oficial que una autoridad emisora dirige a una autoridad receptora con alguno de los siguientes fines:

- Impartir normas.
- Comunicar decisiones.
- Dictar instrucciones
- Solicitar información.
- Entregar información.
- Formular peticiones.
- Satisfacer peticiones.
- Aclarar Situaciones.

La carta "Oficio" es un texto dedicado netamente a la información de tipo oficial o carácter protocolar, procedente de una institución pública o privada.

Pasos para la redacción:

- Fecha y lugar

- Numeración

Se escribe la palabra OFICIO en mayúsculas, a continuación el número de expedición, las siglas de la oficina de la que procede y el año en que se cursa.

- El organismo o persona destinataria

- Tema a tratar o asunto

Por norma se suele escribir "ASUNTO" en mayúsculas seguido de las explicaciones pertinentes

- Texto
  Aquí se explica de manera clara, detallada y de forma extensa el propósito de la misiva. Esta es la parte más importante de la carta y donde deben aparecer los datos relevantes.

- Despedida Cordial

- Firma

Posteriormente en ocasiones se suele adjuntar documentos complementarios al OFICIO. Aquí deberán figurar listados los documentos que se anexen.
Ejemplo:

LOGOTIPO EMPRESA Santiago 12 de marzo de 1993
OFICIO NUM. 23 345 - 1993 PA

Señor Director Banca Idealista

Alfonso Martínez

Chile

Asunto: Denuncia pública ante abuso de fuerza.

Ref: 234-t

Mediante la siguiente carta queremos hacer mención y hacer constar nuestra denuncia ante los hechos acaecidos el pasado día 2 en las dependencias del Banco Ideal, situadas en la calles Curicó con Agustinas n° 036.

Tras las discusiones y agresiones del guardia, al miembro honorífico de la asociación de amigos del Oso panda, quede muestra de nuestra denuncia y así como constatan las cámaras de seguridad, nos libre a los responsables del banco de toda culpa e intercesión en los hechos.

Adjuntamos la cinta de vídeo anteriormente citada y las denuncias fechadas de nuestro libro de reclamaciones.

Sin otro particular me subscribo de usted

Saluda atentamente

Directiva Gral. Banco Ideal

Según el Decreto Supremo N°291, del año 1974, clasifica a los oficios en tres tipos:

- Secreto (SEC)

Son de conocimiento exclusivo de las autoridades o personas a las que vayan dirigidas y por quienes deban intervenir en su estudio o resolución. Tratan temas muy importantes y delicados, por lo tanto tienen restricciones de todo tipo, es el único Oficio que no lleva iniciales de responsabilidad, pues ni siquiera la secretaria tiene acceso a él, aunque esto dependerá de la confianza que el superior tenga en su asistente, como para que esta o este digite tal documento. Por lo anteriormente dicho, este tipo de documento sólo es usado por los Jefes o Superiores de Servicio o Autoridades de nivel.

- Reservado (RES)

Este tipo de documento es conocido solamente por un pequeño grupo de personas, pues la temática a tratar, sin ser secreta, sólo puede ser conocida por quienes estén a cargo o integren un Departamento, Sección u Oficina en cuestión (no más de cuatro o cinco personas, ya que su contenido no puede ser dominio público). Según su contenido se subdivide en Confidencial, Discreto, Cauteloso y Privado. El uso de estas subcategorías dependerá del nivel de divulgación que pretenda el emisor de dicho oficio.

- Ordinario (ORD)

Este es el que puede ser conocido por cualquier persona que tenga acceso a él, ya que su temática es de carácter general y su destino está dirigido a un Departamento o a toda una repartición pública.

b) Redacción de circulares

Las cartas circulares tienen como función el comunicar alguna noticia de interés actual informando, al mismo tiempo, los motivos de esta misma. Las circulares suelen escribirse en gran cantidad y en forma impresa. Con este tipo de documento se puede informar la constitución, modificación o disolución de una empresa, modificación de domicilio, la visita de alguna persona, cambio en el precio de algún producto, etc. Habitualmente las circulares no se contestan, pero sí puede hacer por motivos de cortesía o por interés de iniciar algún tipo de relación comercial.

El formato de la circular, puede tener variadas formas, una de ellas es la siguiente:

- Membrete: arriba del documento, donde se menciona el nombre de la empresa o institución.

- Circular N°: se coloca debajo del membrete, indica el número asignado administrativamente a esa circular en particular.

- Materia/Asunto: debajo de "Circular N°", es una breve referencia sobre lo que trata la circular.

- Lugar, fecha de emisión.

- De: Indicación de quien envía la circular

- A: Indicación de a quien se envía.

- Cuerpo: El contenido de la misma

- Frase de despedida

- Nombre, apellido y cargo

Ejemplo:

CIRCULAR N°: 15
ASUNTO: Charla de Tom Peters
SANTIAGO, 19 de junio de 2003
DE: GERENTE GENERAL
A: GERENTES DE ÁREAS

Debido a la visita del prestigioso asesor norteamericano en nuestra empresa, deseo invitarlos a la charla que nos ofrecerá en nuestro salón auditorium el día 21 de junio de 2003, sobre los siguientes tópicos: "el saber escuchar", "escuchar no es oír", "¿en qué consiste escuchar?" y "saber escuchar = más productividad".

Saludo a Uds. Atentamente.
Pamela A. Ritchie

CLASE 03

c) Redacción de citaciones

La citación es otra forma de comunicación (formal) escrita y breve, que se utiliza para emitir una orden de asistencia a algún tipo de reunión.

Una citación judicial corresponde a la resolución dictada por un juez o tribunal, mediante la cual se comunica a una persona determinada, que se haga presente en el juicio en un día y hora determinado.

La citación se debe realizar por medio de algún elemento que deje constancia de que el destinatario ha recibido la comunicación para así poder tomar las medidas oportunas si el citado desobedece al órgano jurisdiccional. En la citación se suele incluir un apercibimiento (advertencia de las consecuencias que acarrearía dejar de cumplir con lo solicitado en la comunicación) en el que se dice qué puede ocurrir si la persona no se presenta en el día y hora fijados.

De la definición de citación, podemos concluir que ésta se refiere no sólo a la citación como medida cautelar, sino también a aquella que realiza el Ministerio Público y a la citación judicial.

- La Citación como Medida Cautelar.

Es también judicial y está regulada según el artículo 123 y 124 del CPP. Esta procederá, cuando sea necesaria la presencia del imputado ante el tribunal y si la imputación se refiere a faltas o delitos que la ley no sanciona con penas privativas de libertad o cuando éstas no excedieran las de presidio o reclusión menor en su grado mínimo.

Su presupuestos de aplicación nos indica que es la medida de menor intensidad dentro de las cautelares, creando un nexo entre el imputado y el proceso, en donde el imputado es requerido para que esté presente durante los actos de la investigación y la ejecución de la sentencia, advirtiendo que ante su no comparecencia, podrá ser privado de libertad, quedando obligado al pago de las costas que se causaren, excepto si probase que su insistencia es justificada, siendo esto evaluado por el tribunal correspondiente.

Las citaciones realizadas por el Ministerio Publico, deben ser entregadas por funcionarios competentes para esta labor, los cuales notificaran al imputado de la resolución del tribunal. La citación debe contener el nombre del tribunal ante el que se debe comparecer, su domicilio, la fecha y la hora de la audiencia, la identificación del proceso y la indicación del motivo de la comparecencia, debiendo dejar en claro que la no asistencia ocasionará medidas compulsivas.

- La Citación Judicial:

Se encuentra en el artículo 33 del CPP, y procede frente a cualquier persona y cualquier delito, con las mismas formalidades señaladas para las citaciones cautelares, ya descritas, al ser ésta de carácter judicial.

- La Citación realizada por el Ministerio Público.

Está señalada en el artículo 23 del CPP, y procede respecto del tiempo de investigación contra cualquier delito y de cualquier persona, sea testigo, perito o imputado. Esta citación se realiza desformalizadamente (se realiza a través de cualquier medio tecnológico), por cualquier medio idóneo que de acreditación de que se efectuó correctamente, además de constatar en sus registros como se efectuó dicha citación, para así poder solicitar al juez medidas compulsivas para que el rebelde concurra ante el Fiscal. A modo de ejemplo, se consideran medios idóneos:

- *la citación por medio de un funcionario de la fiscalía*
- *la citación telefónica, la citación por medio de un Ministro de fe*
- *por cata certificada*
- *por medio de Carabineros o Investigaciones*
- *o por fax*
- *email*
- *u otros medios electrónicos.*

La citación tiene como característica que es:

- dirigida a varias personas
- breve
- puede redactar en primera o tercera persona del singular (cito o citase)
- siempre es comunicación vertical descendente (jefe a subordinados)

Realice ejercicio N° 1

Dentro de las labores pertinentes a la carrera de asistente judicial, está la de redactar y manipular diferentes clases de documentos administrativos y oficiales, siguiendo normas y características especiales para cada una de las instituciones públicas pertenecientes al estado o para instituciones privadas.

2. FORMATOS HABITUALES

Es importante para el buen desempeño de la labor de apoyo del asistente judicial, ya sea esta en cualquiera de las instituciones en las que se desempeñe, aparte de las reglas y sugerencias de buena redacción resguardando el logro de información clara y no tergiversar el objetivo del documento en cuestión, tanto como conocer los formatos habituales que se utilizan en estas entidades.

Dentro de los formatos más frecuentes usados en oficinas públicas dependientes del ministerio de justicia, tales como del Poder Judicial, Tribunales de Justicia, Fiscalías y Defensorías Públicas y Juzgados de Policía Local, además de notarías y conservadores de bienes raíces

2.1 Estructura y usos más frecuentes

Dentro de los documentos más usados en las oficinas relacionadas con el poder judicial, dependientes del ministerio público o particulares donde se desempeña un Asistente Jurídico están:

Certificado: Un certificado es un documento en el cual una entidad o una persona debidamente autorizada acreditan un hecho, de tal manera que se garantiza la autenticidad.

Si bien cada institución o empresa tiene sus propios modelos de certificados, el formato de estos es generalmente el mismo para sus diferentes usos.

Estructura de un certificado:

En un certificado podemos distinguir tres partes: *introducción, comunicación y cierre.*

En la introducción se distinguen: el membrete y el encabezamiento.

- El membrete no es imprescindible, aunque puede aparecer.

- El encabezamiento se compone del nombre y apellidos de la persona que expide el certificado, cargo que ocupa y nombre de la empresa u organismo donde desempeña dicho cargo.

La comunicación: contiene los hechos o datos que se declaran como ciertos. Se inicia con la palabra CERTIFICA, escrita con mayúsculas, seguida de dos puntos y situada en lugar destacado. Los datos que se declaran se introducen por Que y se escriben en párrafo aparte.
El cierre consta de las siguientes partes:

- Línea de cierre. En esta línea se menciona el motivo o el fin por el que se solicita el certificado. Cuando no se hace constar expresamente este motivo, se suele emplear una fórmula genérica del tipo: «Y para que así conste, se expide el presente certificado...».

- Lugar y fecha de la expedición, que puede ir incluida en la línea de cierre o aparte.

- Firma de quien extiende el certificado.

Usos más frecuentes de certificados:

- honorarios
- convivencia
- antigüedad
- renta y antigüedad laboral

- reconocimiento de deuda
- asistencia
- convivencia

Honorarios:

INDUSTRIAS TEXTILES FESA

Dirección: San Diego 5454, Santiago.

CERTIFICADO SOBRE HONORARIOS

Santiago, 15 Febrero de 2010

La empresa, INDUSTRIAS TEXTILES FESA certifica que al Sr. Juan Cáceres Marín, con DNI 857252528, durante el año 2009, se le han pagado las rentas por concepto de honorarios y sobre los cuales se le practicaron las retenciones de impuestos que son de ley. Se extiende el presente certificado en Cumplimiento de lo dispuesto.

Nombre: Juan Cáceres Marín.
RUT: 7.876.354-2
Representante legal de la empresa: Edmundo San Martin Guillén
Periodos: 10 meses
Honorarios: 450.000 (mensuales)

Antigüedad

EMPRESA MODELO
MODELO S.A.

CERTIFICADO DE ANTIGUEDAD

El suscrito, certifica que La Srta. MACARENA MARTINEZ ALDERETE, Rut. 10.202.708-6, es funcionario de Empresa Modelo desde el 1 de Julio de 2005, ocupando el cargo de No Definido.

Su contrato es de carácter Indefinido.

Se otorga el presente certificado a pedido del interesado para los fines que estime conveniente.

Santiago, 15 de Diciembre de 2005.

ENCARGADO PARA FIRMA
Gerente de Recursos Humanos

Renta y antigüedad laboral

Señores
18 DE SEPTIEMBRE C.C.A.F.
Presente
Se otorga el presente certificado a solicitud del interesado para ser presentado en 18 DE SEPTIEMBRE C.C.A.F.
FIRMA DEL OTORGANTE
De nuestra consideración:
_____, Gerente o Apoderado de la empresa:
_____Rut_____
con domicilio
en_____
teléfono _____, certifica que don / doña _____
Rut _____ es empleado de esta compañía desde el _____ de _____de _____,desempeñándose en el cargo de _____ y percibe las siguientes remuneraciones mensuales a esta fecha:

INGRESOS

Sueldo base mensual	$.....
Gratificaciones (Promedio últimos 6 meses)	$.....
Comisiones (Promedio últimos 6 meses)	$.....
Participaciones Garantizadas (Promedio últimos 6 meses)	$.....
Regalías en dinero (Promedio últimos 6 meses)	$.....
Bonificaciones (Promedio últimos 6 meses)	$.....
Horas extraordinarias (Promedio últimos 6 meses)	$.....
Asignación familiar _____ cargas	$.....
Otros ingresos (especificar) _____	
TOTAL INGRESO BRUTO MENSUAL	$.....

DESCUENTOS:

Leyes sociales	$.....
Impuestos	$.....
Otros (especificar) _____	$.....
TOTAL DESCUENTOS	$.....
TOTAL RENTA LIQUIDA MENSUAL	$.....

CLAUSULA DE REAJUSTABILIDAD DEL SUELDO BASE

Porcentaje de Índice de Precios al Consumidor……%
Periodo de reajustabilidad…….. meses
Se otorga el presente certificado a solicitud del interesado para ser presentado en 18 DE SEPTIEMBRE C.C.A.
Firmado por don _____
Cargo _____
Ciudad de_____ a _____ de _____de _____

FIRMA DEL OTORGANTE

Reconocimiento de deuda

Certificado de Reconocimiento de Deuda

Por medio de la presente, nosotros, ONLINE SERVICES, se certifica ante el Notario, que la empresa SERSEG ubicada en la ciudad de Santiago, mantiene una deuda vencida con nosotros, la cual se encuentra tal como se detalla a continuación:

Número de Factura: 85453221
Fecha de la Factura: 14 de Enero del 2010
Fecha de Vencimiento: 30 de Diciembre del 2010
Total en pesos: 178.000

Este certificado se expide por solicitud de ONLINE SERVICES a objeto de que la deuda pueda ser reconocida por SERSEG.

Atentamente,

[Nombre del firmante de la carta]

Asistencia

Profesor Juan Antonio Lira, Director del EDUSEP,

CERTIFICA

Que el Sr. Juan Gonzales Pérez ha realizado de formasatisfactoria, la capacitación en obras industriales, organizado por el EDUSEP, desde el 14 de Febrero del 2010hasta el 23 de Febrero del 2010, con una duración total de21 de horas.

Para que conste, se expide el presente certificado, en Linares a los 24 días del mes de Febrero del 2010.

Juan Antonio Lira
Director del EDUSEP

Convivencia

CERTIFICADO DE CONVIVENCIA

En mi residencia, a 15 días del mes de Junio del 2010.
Ante mí, Notario del Ilustre Colegio de Abogados
comparece :
Don Javier Solis Vargas.
Doña Manuela Sánchez Rivas.

Interviene :
Me aseguro de su identidad por su reseñado documento. Juzgo con capacidad legal para formalizar la presente escritura de UNION DE HECHO, y al efecto.
EXPONEN:

I.- Que conviven maritalmente desde el 13 de Marzo del 2003.

II.- Que no tienen impedimento para contraer matrimonio entre sí; ni en los últimos seis meses han tenido vigente ningún documento público de convivencia anterior con otra persona.

III.- Que manifiestan su voluntad de acogerse a la Ley 11/2001, de 19 de diciembre, de uniones de hecho de la Comunidad de Madrid, sujetando la suya a los siguientes

PACTOS:

PRIMERO.- RELACIONES PERSONALES.– La pareja fija su domicilio en Av. Los Sauces N-345.

Ambos contribuirán a los gastos comunes de la pareja (en el sentido del artículo 3 de la Ley), en proporción a sus rentas en cada momento y, si éstas no son suficientes, en proporción a sus bienes.

Se considerará contribución a los gastos la aportación al trabajo doméstico; o la colaboración de cualquiera de ellos, personal o profesional no retribuida o con retribución insuficiente, en la actividad profesional o empresarial del otro.

SEGUNDO.- RELACIONES PATRIMONIALES. – Cada miembro de la pareja conserva el dominio, disfrute y administración de sus bienes.

Así lo dicen y otorgan los comparecientes.

Cartas oficiales: Son las que tienen por finalidad tratar asuntos relacionados con el Estado. Pueden remitirse ya sea dentro del mismo país (entre oficinas públicas y éstas

con los particulares) o fuera del país (entre gobiernos). Este tipo de carta recibe el nombre de oficio.

Características:

- El papel por lo general debe ser de 21 ó 22 cm de base por 32 ó 33 de altura. Su calidad ha de ser buena, por lo cual se prefiere el de hilo, su color el blanco, quedando las de colores para copias y comunicaciones internas.

- El color de la tinta se prefiere negra o azul negro.

- Debajo del membrete se coloca el número de oficio.

- Lleva impreso el sello de la dependencia que envía la comunicación.

- El estilo de redacción es en forma sobria, clara, concisa, seria, veraz, natural y cortés.

- Trata un solo asunto.

- Se escribe siempre a máquina.

- Se extiende en original y duplicado.

Partes de la Carta Oficial

Al igual que los otros tipos de cartas, el oficio también consta de: encabezamiento, cuerpo y otros elementos. Sin embargo, es de hacer notar que este tipo de comunicación tiene algunas variantes en cuanto a estas partes. Las mismas son:

Encabezamiento

Membrete: contiene nombre de la dependencia que envía la comunicación y escudo nacional o de la entidad pública.

Número: se coloca debajo del membrete, con el fin de ordenar y facilitar el establecimiento de referencia con el oficio en un momento determinado. Esta numeración se comienza ininterrumpidamente desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de cada año.

Sello: es lo que da autenticidad al oficio. Estos pueden ser de dos formas:

- *Elípticos*: son hechos en metal y se imprimen en seco, ya sea a la izquierda de la firma de los funcionarios públicos o en el centro de la parte superior de la primera hoja.

- *Circulares*: son elaborados en caucho; se humedecen en una almohadilla entintada y son estampados en el centro en la parte superior de la primera hoja.

Dirección: el tratamiento usado en este tipo de comunicación, es únicamente la palabra ciudadano. En la correspondencia diplomática (de gobierno a gobierno), se usan otras expresiones como: Excelentísimo Señor (presidente), Excelencia (Rey), Honorable Señor (presidente, ministro, gobernante).

Señas: los demás datos de la dirección (nombre y apellido del destinatario, señas y lugar de destino) se escriben como en la carta comercial, en forma de bloque.

Saludo: éste no se usa en la carta oficial

Cuerpo

Introducción: ésta conduce directamente al asunto, ya que en este tipo de comunicación no se utilizan consideraciones personales o particulares.

Ideas fundamentales: deben tratar un solo asunto en forma sencilla, concreta, breve y oportuna.

Despedida: carece de expresiones recargados de cortesía; la más usada es Atentamente.

Antefirma: se utiliza cuando la persona que suscribe el oficio, lo hace a nombre de otro; por tanto, debe señalarse la palabra "por" seguida del nombre del cargo de la persona por quien se firma.

Otros elementos:

Son comunes a los de la carta comercial, a excepción de que en el oficio se escribe la fecha abreviada en que se firma, debajo de las iniciales identificadoras; otra variación con respecto a otros elementos, es que no admiten posdata.

Dentro de los distintos formatos de cartas, ya sean, oficiales o administrativas, se encuentran:

- Carta solicitud
- Carta notarial oficial
- Carta de representación
- Carta administrativa
- Carta deudor de cheque
- Carta deudor de letra
- Carta contrato
- Carta de honorarios

- Carta de intención

CLASE 04

Carta a un deudor de cheque: Este tipo de cartas se utiliza para informar a alguna persona del protesto de algún documento bancario y también poner sobre aviso de las posibles acciones judiciales.

Carta a un deudor de cheque

En ....., a ..... de ..... de 199...

Señor
.....
Calle ..... Nº....., oficina Nº....
Ciudad.

URGENTE

Muy señor mío:

Obra en mi poder, para su cobranza judicial, el cheque Serie ....., N_ ....., girado por Ud. el día ... de ....., de este año, contra el Banco ....., Oficina ....., por la suma de $ ....., debidamente protestado.

Antes de iniciar las acciones civiles y criminales eventuales correspondientes, cito a Ud. para que, en el plazo de ..... días, solucione la obligación de que da cuenta el documento mencionado, incluyendo las costas ya causadas.

Su no comparecencia me hará iniciar de inmediato las acciones que procedan, con los consiguientes recargos, gastos, fuerza pública, molestias, embargos y eventual pérdida de la libertad.

Sin otro particular, saluda a Ud.,

.....
Abogado

Oficina: calle ..... Nº..... de esta ciudad.
Horario de atención……..

Carta de deudor de letra: Al igual que la carta anterior, aquí se informa sobre deudas y las posibles acciones por el no cumplimiento de los compromisos adquiridos.

Carta de deudor de letra

En ....., a ... de ..... de 199.....

Señor
.....
Calle ..... Nº....., oficina Nº.....

Muy señor mío:
Obra en mi poder, para su cobranza judicial, una letra de cambio por la suma de $ ....., aceptada por Ud., a la orden de don ....., con vencimiento al día ..... del mes de ..... pasado, vencida y protestada debidamente.

Antes de iniciar las acciones judiciales correspondientes, cito a Ud. para que, en el plazo de ..... días, solucione la obligación de que da cuenta el documento mencionado y las costas, ya devengadas.

Su no comparecencia me hará iniciar de inmediato las acciones que procedan, con los consiguientes recargos, mayores gastos, molestias, embargos, pérdidas de tiempo y fuerza pública.
Sin otro particular, saluda a Ud.,

.....
Abogado

Oficina, calle ..... Nº....., de esta ciudad
Horas de atención: .....

Carta contrato: Por medio de esta carta se legaliza el mutuo acuerdo de dos partes por adquirir y proveer de algún servicio en particular.

Carta contrato

En ....., a ..... de ..... de 199...

Señor don
.....
Calle..... Nº..... Oficina Nº.....
Presente.
De mi consideración:
Por la presente confirmo nuestra reunión celebrada con fecha ...de ..... de 19.., en la cual hemos acordado la siguiente convención:
1. La Empresa que represento, la firma ....., venderá a Ud. la siguiente mercadería:

a) .....

b) .....

2. El precio es la suma de $ ....., que se pagará con $..... de contado, dentro de los próximos ..... días y el saldo, mediante una letra a ..... días. Este precio se reajustará, en la parte que no se pague de inmediato, en la siguiente forma: .....

3. La mercadería se entregará el día ..... de este mes, en nuestro domicilio.

Le ruego devolver las dos copias de este instrumento, que le acompaño, en señal de estar, en todo, de acuerdo con lo anterior.

Le saluda muy atentamente, su Afmo.,

Nombre y Firma

Carta de honorarios: Mediante este documento se protocoliza la remuneración pedida, por la prestación de algún servicio.

Carta de honorarios

En ....., ... de ..... de 199...
Señor don
.....
Calle ..... Nº..... Oficina Nº.....
Por mano.
Estimado cliente:

Le ruego se sirva enviar, a cuenta de honorarios, por las gestiones de ....., que estoy realizando para Ud., la suma neta de $ .....

Hago presente a Ud. que, de acuerdo con lo estatuido por el art. XVIII del Arancel de Honorarios de Abogados, éstos se reajustan, en su caso, con la variación del índice del costo de la vida (IPC).

A vuelta de correo, enviaré a Ud. la boleta de honorarios respectiva.

Saluda atte. a Ud., su Afmo. Abogado, y SS.,

Nombre y firma

_____

NOTA: Si el honorario es el total; o es el saldo final (en vez de un abono), así se expresará.

El Abogado deberá ingresar, hasta el día 12 del mes siguiente, el impuesto del caso, como pago provisional mensual, a cuenta del tributo de categoría y de global complementario. Si la boleta se da a una empresa, ésta debe retener el 10% de ella, y

hacer el ingreso respectivo en Tesorería, en su caso.

Carta de intención: Documento que da a conocer la intención negociadora de alguna parte, sobre algún tema en particular.

Carta de intención

En ....., a ..... de ..... de 199.....

Ref.: .....

Señor don
.....
Calle ..... Nº....., Oficina Nº.....
Por mano.

De mi consideración:
Por la presente carta confirmo a Ud., en relación con ....., que nuestra intención es de celebrar, con Ud., una convención sobre ....., en las siguientes condiciones:

1. .....

2. .....

Por consiguiente, Ud. puede tener, este texto, como mi expresa voluntad de llevar adelante tal negociación.
Saluda atentamente a Ud., por la Sociedad .....

Firma y Nombre

_____

Nota:
Este tipo de comunicación es especialmente útil cuando se trata de clarificar el contenido de una cláusula contractual, cuando se hace una oferta compleja, etc.
Conviene autorizar la firma ante Notario, y enviar el original por medio de Notario si la importancia del asunto justifica la intervención de dicho Ministro de Fe. En este último caso, el Notario estampará, en la copia de la carta, un certificado que indique que entregó el original al destinatario, en tal fecha y lugar; o que lo dejó en su domicilio, en su caso.

Carta notarial oficial

En ....., a .... de ..... de 2011
Señor don.....
Calle ..... Nº...., Oficina Nº.....
Presente
Muy señor mío:
Por instrumento de fecha.... de ..... de 19..., ante el Notario don ....., celebramos con Ud., un contrato de .....
Según la cláusula ....ª de dicho contrato, Ud. se comprometió a suscribir la escritura de ....., en el plazo de ....., a contar de aquella conclusión.
Por esta carta, que le será entregada por intermedio del Notario don ....., requiero a Ud. el cumplimiento de lo acordado, para que firme el instrumento convenido en la Notaría ....., ubicada en ..... Nº..... de ésta, en el plazo de ..... días, a contar desde esta fecha.
Saluda atte. a Ud.,

Nombre, firma; y timbre, en su caso.
_____

Carta Solicitud: Este tipo de cartas se utilizan para solicitar información, presupuestos, permisos, ayuda, de créditos y becas, entre otras.

Dependiendo de lo que se solicite, por lo general, deben escribirse con un lenguaje claro, sin excesos de formalidad, y exponiendo de forma clara y sencilla aquellos detalles que se desean solicitar.

Nunca viene mal agradecer al finalizar la carta, dando por hecho que la solicitud va a tener respuesta, dicho agradecimiento puede exponerse por el hecho de hacerle perder el tiempo o de que les va a suponer la solicitud una pérdida futura de tiempo.

Se hace hincapié en el modelo de la carta solicitud, pues el formato tipo es similar para cada una de los distintos usos que se le dé.

Dentro de los diferentes usos de este tipo de cartas se encuentran:

Modelo carta solicitud de trabajo: Una carta de solicitud de trabajo debe tener como finalidad la de crear una muy buena imagen y una buena impresión de quien la escribe para obtener como resultado la obtención del trabajo que se solicita.

Información que necesitará:

- Su dirección física, dirección de correo, teléfonos, números de identidad y seguridad social...etc.
- Lista de trabajos anteriores ordenados con orden inverso, dejando el más antiguo para el final.
- Las escuelas o universidades.
- Las referencias o recomendaciones por parte de otras personas o instituciones.

Adela Torres Suarez
Los Leones 8080
Santiago
teléfono: (02) 2222222

Empresa de trabajo de imagen S.A.
Director de recursos humanos

En Santiago, 12 de Junio de 2010

Muy señor mío:

Escribo esta carta con objeto de participar en la selección de nuevos candidatos para el puesto de trabajo de modelo en su empresa.

Junto a esta carta adjunto el currículum vitae así como una selección de mis mejores fotografías hechas en estudio por el prestigioso fotógrafo James Berry.

Quedo a su disposición para cualquier pregunta o consulta que pudiera surgirle.

Sin más que añadir, se despide atentamente:

Adela Torres
Modelo profesional de tallas altas.

Modelo carta solicitud de permiso: A la hora de solicitar un permiso se puede utilizar un modelo de carta de permiso. Lo más habitual es disponer del permiso mediante un escrito formal en el que se detalle las fechas de interés y los motivos que nos inducen a solicitarlo.

Por lo general, el permiso se solicita dentro del ámbito laboral, para demandar unos días libres o para algún asunto personal que no podamos desempeñar en el horario de trabajo.

Luisa González Palma
AV. Brasil 145
Linares
Teléfono: (73) 222222

BANCOCHILE
Independencia 327
Linares

Linares, 15 de Junio de 2010

Muy señor mío:
Le envío esta carta para hacerle saber que el pasado día 12 de junio nació mi hijo y es mi deseo encargarme de él, por lo que bajo dichas circunstancias y conforme a lo que la ley prevé en estos casos, solicito el permiso de maternidad. Así mismo, una vez terminada la licencia de maternidad, también solicito la rescisión del contrato con fecha 2 de enero de 2011.

Junto a esta carta, le adjunto el acta de nacimiento de mi hijo.

Quedo a su disposición para cualquier pregunta o duda que le pueda surgir.

Atentamente

Luisa González Palma

Modelo carta solicitud de ayuda: Existen diferentes tipos de ayuda a los que enviar nuestra solicitud, existe la solicitud de ayuda económica, o solicitud de ayuda de acompañamiento, se ayuda médica y muchas más.

Claudio Ramos Fuentes
San Martin 2654, Chillán
Teléfono (42) 4352

Ilustre Municipalidad de Chillán
A la atención del alcalde:

Chillán, 15 de agosto de 2011

Muy señor mío:

Me dirijo a usted personalmente con el fin de que remedie mi penosa situación en la que me veo desde que la empresa NESTLÉ cerró sus puertas y abandonó la localidad.

Resulta que la desaparición de dicha empresa coincidió con mi baja laboral, por lo que a la

hora de repartir las indemnizaciones no estuve presente. No dispongo de ahorros ni de familiares que puedan ayudarme y para colmo el banco ha solicitado el desahucio de mi vivienda. Estamos sin luz y sin agua y nuestra situación es precaria.

Por ello, le solicito la ayuda en bien de sobreponerme a esta difícil situación y poder así, conseguir prontamente una ocupación para entregarle a mi familia el sustento que ella necesita.

Quedo a su disposición para cualquier duda o sugerencia que tenga y le invito a estudiar mi caso personalmente.

Un saludo afectuoso

Claudio Ramos Fuentes.
(firma)

Carta de Representación: La carta de representación es un escrito mediante el cual una persona, ya sea física o jurídica, autoriza a otra persona para realizar determinados trámites en su nombre, o bien, para actuar en determinados ámbitos en nombre de la persona que otorga la representación.

Son 3 los apartados más importantes que deben figurar en un modelo de carta de poder:

- La identificación de las personas que transfieren y aceptan el poder.
- Explicación detallada del poder, explicando de forma clara y concisa los límites de actuación hasta donde alcanza dicho poder, así mismo la duración con fecha de inicio y de finalización del poder.
- Las firmas, importante para que el documento tenga validez.

La persona que otorga el poder, siempre puede en todo momento cambiar de parecer si no está de acuerdo, nunca el beneficiado podrá actuar con intereses contrarios. Prevalecen siempre los intereses de la persona que emite el poder.

Yo,……..(nombre del otorgante de la carta poder)……, de estado civil …….., edad…….., ocupación……, nacionalidad…….., identificada con RUT No. …….., domiciliada en ……. en Chile, en uso de mis facultades y en nombre propio: Otorgo Poder a don-doña……, domiciliado en el ……. Chile, para que en mi nombre y representación, efectúe……(poner el motivo por el que se da la carta poder)…….. y para realizar cualesquiera otras gestiones ante la institución

antes mencionada y para cuanto haga mi apoderado en ejercicio de este Poder, que en ningún momento podrá ser tachado de insuficiente o falto de personería.

Chile, …….(fecha)……..

_____
……..(nombre del otorgante)…….

Carta administrativa: La carta administrativa es un documento para informar a los abogados o a las personas competentes en su campo sobre las decisiones administrativas. Su propósito es informar a las personas de manera formal.

No hay ningún modelo de carta administrativa en absoluto, porque en todos los casos, es diferente y depende de la información que se quiere exponer.

Memorándum: Es una comunicación escrita en forma breve y diplomática de uso interno de las empresas o instituciones, en el que se recuerdan hechos y razones para que se tengan presentes en algún momento, ya sean instrucciones, información o petición. La mayoría de las oficinas cuentan con formatos específicos de memorándum, pero si no fuese así se elaborará en media hoja con los siguientes elementos:

- Membrete.
- La mención de ser memorándum.
- Fecha.
- Nombre de la persona a quien va dirigido.
- Texto.
- Firma.
- Referencias finales.

Modelo Memorándum

Ejemplo n°1

Chile, Santiago a ___ de _____ de _____.

MEMORANDUM

Sr. Carlos Salvatierra Montano
Gerente de Relaciones Industriales
Presente

Le comunico que durante el período del 10 al 31 de marzo próximo, se deberá revisar el Contrato Colectivo de Trabajo con los integrantes del Comité Ejecutivo de la Sección XXIV

del Sindicato de Trabajadores, por lo que, deberá tener contemplado las estrategias de incremento de sueldo y prestaciones, previa consulta con el suscrito.

Atentamente

El Gerente de Planta Suroeste
Ing. Armando Astudillo Ruiz

Ejemplo n°2

miércoles, 06 de octubre de 2010

MEMORANDUM Nº 008/2010

PARA: DIRIGENTES COMUNALES
DE: COMITÉ ELECTORAL REGIONAL METROPOLITANO
REF: LO QUE INDICA
FECHA: 06 DE OCTUBRE DE 2010

Se solicita a ustedes que, en la medida que se vayan obteniendo los resultados del proceso eleccionario de sus respectivas comunas, se envíen inmediatamente por fax los resultados del nivel Nacional al Fax 470-4387 del Comité Electoral Nacional.
470-4387 del Comité Electoral Nacional.

Una vez cerrado el proceso eleccionario, deberán concurrir con todos los materiales a este Comité Electoral Regional (Bulnes Nº 519). La atención será toda la noche, hasta recepcionar todas las comunas de la provincia de Santiago.

CARMEN MUÑOZ VERGARA
Secretaria
JOSE CONA AYALA
Presidente

COMITÉ ELECTORAL REGIONAL

CLASE 05

Oficios: El oficio puede estar dirigido desde un servicio a otro o bien puede ser utilizado al interior de una repartición, es decir, puede ser usado de manera interna como externamente. El Oficio es la comunicación por excelencia en los Servicios Estatales, su

importancia es manifiesta, por cuanto forma parte de la correspondencia oficial, lo que facilita la coordinación y relación entre los servicios públicos o los diferentes niveles jerárquicos de una misma repartición.

Las cartas oficiales en sí tienen un formato similar a pesar de los distintos tipos de oficios que se utilizan.

Las partes fundamentales que constituyen estructuralmente el Oficio son:

Membrete: es la inscripción o grupo de datos que van impresos en al ángulo superior izquierdo de un documento o comunicación escrita. Aquí, específicamente se hará mención clara del Servicio Público que lo emite, encabezado por la frase "República de Chile". Le sigue la Institución responsable del mensaje. En otras líneas, la división que lo imparte, el lugar de donde se manda, el remitente específico (Secretaría, Dirección, por ejemplo). Algunas veces puede ir la dirección postal y telefónica. De todas maneras, hay que tratar que el membrete sea lo más sencillo posible, sin recargarlo en exceso. Todo membrete va con mayúsculas y al margen superior izquierdo. En estricto rigor, el orden de transcripción sería: República de Chile, Ministerio del que emana, Departamento, Sección, Lugar específico de emisión (ciudad).

Encabezado o Identificación del Oficio: está compuesto por la Identificación del documento, sus Antecedentes, la Materia, los Inclusos, la Fecha, el Emisor y el Receptor, los que se explican a continuación:

- *Identificación y número*: Siempre debe señalarse el tipo de Oficio que se envía, y esto se hace en virtud del contenido (ORD, RES, SEC), anotando en seguida su número correlativo, dependiendo del orden y del número de oficios que la Institución haya emitido.
- *Antecedentes*: en este se hace referencia a una comunicación anterior que está ligada con el asunto tratado en el Oficio actual, cuando no existan antecedentes se anota la frase "NO HAY".
- *Materia*: corresponde a un resumen breve de lo que tratará el oficio, es equivalente a la referencia de las cartas comerciales.
- *Fecha*: es el lugar, día, mes y año de expedición del documento, es de gran importancia sobre todo por los plazos para llevar a cabo las instrucciones, órdenes o asuntos encomendados a quienes va dirigido el oficio.
- *De:* identifica a la persona o autoridad que emite el mensaje, habitualmente se pone tanto el nombre como el cargo de la persona que emana el mensaje. Todo se transcribe con mayúsculas cerradas.
- *A*: identifica al receptor del mensaje. También se consigna con mayúsculas cerradas. En pocas ocasiones, sólo cuando se debe individualizar a muchos departamentos o personas sólo se pone la frase "SEGÚN DISTRIBUCIÓN", para no recargar demasiado la presentación de esta parte del Oficio.

Cuerpo o Texto: está constituido por tres párrafos que se explican a continuación:

Párrafo Introductor: en él se pone al asunto de manifiesto, vale decir, aquí se identifica el tema que se va a tratar, para esto debemos hacer una introducción que nos centre en la información, luego debemos incluir una relación ordenada de los hechos y antecedentes relativos al asunto o tema, lo cual nos ayudará a clarificar la situación expuesta; luego, si corresponde y es pertinente se deben nombrar algunas disposiciones legales y reglamentarias que contribuyan a determinar de forma más explícita el asunto.

Párrafo Considerativo: en él debemos determinar el problema central, establecer nuestro pensamiento respecto a él, después se hace un análisis minucioso del asunto, considerando detalladamente los hechos y circunstancias que afectan la gravedad del problema y por último se incluyen opiniones personales respecto a la situación tratada.

Párrafo Conclusivo: formalmente es el término del Oficio, aquí debemos mencionar el objetivo de éste y la decisión que hayamos tomado sobre el tema que lo originó.

Frase de Despedida: es permitida en el Oficio, siempre y cuando sea breve y sobria, recordando siempre que estos documentos emana de autoridades y que las respuestas van dirigidas a ellas.

Pie de Firma: en esta parte del documento se especifica el nombre, apellidos, profesión y cargo que desempeña el emisor o responsable del contenido del Oficio en cuestión.

Iniciales de Responsabilidad***:*** sirven para identificar a quienes redactaron y transcribieron el documento, anotándose con mayúsculas las iniciales del emisor (persona o autoridad responsable del mensaje), separadas por una diagonal, de las iniciales de la persona que lo elaboró mediante el computador, las cuales van escritas en minúsculas.

Distribución: en este punto se indican las personas y organismos a quienes va la comunicación, si ello no se indicara, se produciría un desorden administrativo, por cuanto no se sabría con seguridad qué personas participan en el asunto y probablemente se enviará copia a quien ya la posee. Es importante también por un asunto de responsabilidad compartida en relación al conocimiento del problema y las medidas que se tomen para solucionarlo. En la actualidad el sólo conocimiento puede ser causal de despido, si no se ha hecho lo adecuado o de acciones legales si se incurre en dolo.

Modelo de oficio

En....., a..... de..... de 199...

Por resolución de fs. ....., dictada en autos sobre....., en procedimiento....., caratulados "..... con .....", Rol Nº....., se ha ordenado oficiar, a ese Organismo, a fin de que se informe, a este tribunal, acerca de los siguientes hechos y se agreguen documentos:

1.....

2.....

En consecuencia, procede que Ud. curse tal información y acompañe los documentos atinentes, en el plazo de..... días.

Nombre y firma del Secretario Titular. Nombre y firma del Juez Titular

Al señor Director de
....
Don.....
(Calle)..... Nº....., piso.....
Por mano.

Circulares: La carta circular tiene la característica de que se redacta un único original del cual se obtienen tantas copias como envíos se quieran efectuar. El contenido de este documento es, por tanto, el mismo para todos; únicamente varían los datos de los destinatarios, que se incluyen posteriormente en cada una de las copias.

El formato puede ser de varias formas, uno de ellos es el siguiente:

- Membrete: arriba del documento, donde se menciona el nombre de la empresa o institución.
- Circular N°: se coloca debajo del membrete, indica el número asignado administrativamente a esa circular en particular.
- Materia/Asunto: debajo de "Circular N°", es una breve referencia sobre lo que trata la circular.
- Lugar, fecha de emisión.
- De: Indicación de quien envía la circular
- A: Indicación de a quien se envía.
- Cuerpo: El contenido de la misma
- Frase de despedida

- Nombre, apellido y cargo

Modelo circular

THE ENGLISH INSTITUTE

CIRC/33/2010

Unidad de Natación

Santiago, Abril 22, 2010

Señor(a) Apoderado(a):

La semana del 26 de Abril se iniciará la Unidad de Natación, la que se desarrollará hasta la semana del 07 de Junio, durante las clases de Educación Física. Solicitamos su cooperación preocupándose que su pupilo(a) traiga, el día correspondiente a esa Asignatura, su traje de baño entero (damas); short de baño (varones), gorra de natación, sandalias plásticas o hawaianas y toalla.

Los días de lluvia esta actividad se realizará en forma normal.

Atentamente,

DEPTO. EDUCACIÓN FÍSICA

Citación: Una citación es una resolución dictada por un juez o tribunal a través de la cual se envía una comunicación a una persona determinada para que se persone en el juicio en un día y a una hora determinada. La citación puede llevarse a cabo tanto a las partes del proceso, como a terceros cuya presencia pueda ser necesaria para la tramitación del juicio (testigos, peritos, etc.).

La estructura de una citación es:

- Membrete: Parte superior izquierda, indica nombre de la institución.
- Fecha: En la que se redacta la citación.
- Número de citación
- Cuerpo: Detalles de la razón de la citación, lugar en la que ocurrirá, fecha y hora.
- Firma: del responsable de la citación. Va en la parte inferior derecha del documento.

Modelo citación

CUERPO DE BOMBEROS
METROPOLITANO SUR
COMANDANCIA

Cuartel General, Enero 28 del 2011

C I T A C I O N Nº 05 / 2011

Cítese a Instructores de Brigada Juvenil, a reunión según el siguiente detalle:
Fecha : Jueves 03 de febrero
Hora : 20:30
Lugar : Cuartel General
Tenida : Formal Sport
A cargo : Tercer Comandante

GONZALO CUBILLOS A.
3º Comandante
Cuerpo de Bomberos Metropolitano Sur

GCA. / JSF

Realice ejercicio N°2

Los documentos y comunicados oficiales dependiendo de la institución (pública o privada), por lo general ya tienen formatos predefinidos que son empleados de forma frecuente, pero como se ha mencionado anteriormente es necesario contextualizar y adecuar el tipo de información que se entrega al receptor de dicho mensaje, poniendo un especial énfasis en las palabras que se utilizan a la hora de comunicar.

3.- ERRORES FRECUENTES

Los vicios del lenguaje escrito son las formas incorrectas de construcción o empleo de vocablos equivocados que pueden dificultar la interpretación correcta del objetivo de un escrito.

Dentro de los más comunes se encuentran:

3.1 La cacofonía

La cacofonía es el efecto sonoro desagradable producido por la cercanía de sonidos o sílabas que poseen igual pronunciación dentro de una palabra o en palabras cercanas en el texto escrito. Para evitar cometer estos errores hay que apelar al uso de sinónimos adecuados.

Ejemplos:

Repeticiones en el inicio de palabras cercanas.
«Fueron cuatro los concursantes que completaron las pruebas». (La letra q suena como una k ante la e: ke.)

Repeticiones en el final de palabras cercanas. Tales repeticiones pueden ser consonantes (cuando repiten todas las letras contadas desde la vocal acentuada) o asonantes (cuando solo se repiten las vocales contadas desde la vocal acentuada).

Ejemplos de repetición consonante (ión, aje):

«Don León, en la puerta, hizo una cortés inclinación de cabeza, y, aceptando la invitación del señor Eusebio para sentarse ante él, se excusó por no haber acudido antes al Registro de Forasteros, pero estuvo a la espera de su caballo y paje de equipajes» (Álvaro Cunqueiro: Un hombre que se parecía a Orestes, novela).

Ejemplo de repetición asonante (é-o):

«El diario publicó el texto completo del acuerdo».

Las repeticiones consonantes y asonantes se notan más cuando están antes de un signo de puntuación (, ; : .). El lector se detiene un poco en esos signos, y esta pequeña demora resalta una repetición (é-o,):

«El ministro firmó el acuerdo, pero explicó que el documento, de cien páginas, será enviado al Congreso».

Como vimos, para que haya cacofonía no es necesario que los finales de las palabras sean exactamente iguales (-ión, -ión, -ión): basta con que coincidan las últimas vocales y el acento en estas últimas vocales.

«Yo miro esos libros» (hay cacofonía porque las vocales se repiten con los mismos acentos: í-o, í-o).

«Juan miró esos libros» (no hay cacofonía porque, aunque el par de vocales es el mismo [i-o], la fuerza de la voz [el acento] ya no coincide: i-ó, í-o).

Repetición excesiva de letras en cualquier parte de las palabras (comienzo, medio, final).

En este ejemplo se producen sonidos desagradables por la repetición de las letras o, p, r, t:

«[…] pareciéndoles que, más que de pastoril ingenio, parecían las razones y argumentos que para salir con su propósito los cuatro pastores habían propuesto» (Miguel de Cervantes: La Galatea, novela).

Expresiones Incorrectas

1. Está tanatontado que ni nos reconoce.

2. Violeta, ¿dónde lo colocó?

3. La mujer juiciosa y hermosa Rosa fue premiada.

4. Jorge se cayó, yolo vi.

Expresiones Correctas

1. Se encuentra muy aturdido que ni nos reconoce.

2. Violeta, ¿dónde lo pongo?

3. La muy sensata y bella Rosa fue premiada.

4. Jorge se cayó; lo vi.

En la enseñanza del idioma español, especialmente a niños, se concede el uso adecuado de expresiones cacofónicas formando parte de trabalenguas, como ejercicio para adquirir una pronunciación y una buena articulación:

Tres tristes tigres tragaban trigo en un trigal en tres tristes trastos.

3.2 Redundancias

Según el diccionario de la Real Lengua Española (R.A.E.), redundancia es: “Sobra o demasiada abundancia de cualquier cosa o en cualquier línea. // Repetición o uso excesivo de una palabra o concepto.// Cierta repetición de la información contenida en un mensaje, que permite, a pesar de la pérdida de una parte de éste, reconstruir el contenido del mismo”.

A continuación una lista de las más comunes (las palabras entre paréntesis son innecesarias):

- abstinencia (total) (dar comienzo) comenzar
- entrar (adentro)
- garantía (absoluta)
- hace cuatro años (atrás)
- historia (pasada) jauría (de perros)
- lapso (de tiempo) lo vi (con mis propios ojos)
- mi opinión (personal)advertir (por adelantado)
- a la (misma) vez bajar (hacia abajo)
- bono (adicional) (completamente) destruido
- conclusiones (finales)crisis (seria)
- (en una fecha) más adelante
- guardia (de seguridad)
- hecho (real)

Otra corrección: nació un 28 de agosto de 1952. (Este tipo de fechas es único. No hay varios 28 de agosto de 1952. Lo correcto: El 28 de agosto de 1952).

Frases Ociosas:

- Luego agregó (no se puede agregar antes).
- Al respecto cabe señalar (ir directo al grano).
- En circunstancias de que Iván Naranjo cruzaba la calle (sobra “en circunstancias de que”).
- Gustavo Carrasco, por su parte, dijo... (¿Por qué parte?).
- Sonrisa en los labios (¿en las manos?).
- Los isleños esperan que se construyan tres nuevas carreteras en Chiloé. (Faltan caminos en el archipiélago, pero sobra la palabra “nuevas”).
- La verdad es que... o lo cierto es que... (Se supone que decimos la verdad).

- Lorena Amaro tiene una caligrafía hermosa. (Caligrafía: “Arte de escribir con letra bella y correctamente formada”. Lamentablemente se descartó su enseñanza).

- Homero Gabriel habla tres idiomas distintos. (El último vocablo es innecesario).

- Isidora Valentina visitó cuatro países diferentes (sobra diferentes).

- Se inauguró una nueva tienda (inauguración implica que es nueva).

- Está de más escribirle (¿entonces por qué lo hace?).

- Mariana dio a luz una nueva hija.

CLASE 06

3.3 Ambigüedades

La ambigüedad es una situación en la que la información se puede entender o interpretar de más de una manera. El contexto tiene mucha importancia en la eliminación de las posibles ambigüedades; es decir, la misma información puede ser ambigua en un contexto y no serla en otro.

a) Anfibología es el nombre que recibe la ambigüedad en gramática, y se la trata bien como vicio del lenguaje, cuando se debe a una construcción incorrecta, bien como una figura retórica, cuando es un efecto intencionado. Un ejemplo típico de la anfibología como vicio es:

Expresiones Incorrectas

1. Vimos un cuadro en el salón que estaba mal pintado. (Estaba mal pintado ¿el cuadro o el salón?).

2. Martín persiguió a Lourdes en su casa. (¿De quién es la casa?).

3. Escribía la carta cuando tocaron la puerta. (¿Quién escribía la carta? ¿yo, él, ella?).

4. Yo recomendé a mi amigo a mi hermano. (¿Quién fue el recomendado? ¿mi amigo o mi hermano?).

5. Tenemos globos para niños de colores

Expresiones Correctas

1. Vimos un cuadro que estaba mal pintado en el salón.

2. Martín persiguió en su casa a Lourdes.

3. Ella escribía la carta cuando tocaron la puerta.

4. Yo recomendé mi amigo a mi hermano. (el recomendado es mi amigo).

5. Tenemos globos de colores para niños

Este vicio del lenguaje, escrito u oral, es un problema en el derecho, porque la interpretación de documentos escritos y acuerdos verbales a menudo es de suma importancia; este problema trasciende lo meramente lingüístico y en la interpretación de las ambigüedades influyen otros factores como los antecedentes legales y judiciales, y la jurisprudencia.

b) Una ambigüedad de agrupamiento puede darse porque una misma oración admita dos estructuras sintácticas diferentes, cada una de las cuales tiene una interpretación semántica. Algunos ejemplos son:

- *Pepe vio a Pablo enfurecido y*... ('Pepe miró a Pablo con enfado', 'Pepe vio que Pablo estaba furioso').
- *Vio un hombre en un barco con un catalejo* esto puede significar que el hombre del barco tenía un catalejo o en cambio, que el hombre ha sido visto a través de un catalejo.

c) La ambigüedad sintáctica aparece cuando una frase o una oración compleja se pueden analizar de varias formas:

- *Compró los libros baratos*

Aquí baratos puede ser el adjetivo de libros, en cuyo caso significa que había libros caros y baratos y que se compraron los últimos, como también puede ser que los libros que compró los consiguió baratos.

d) La ambigüedad fonética es cuando hay más de una forma de componer un conjunto de sonidos en palabras, por ejemplo:

- ¿Qué es de Pilar? se podría interpretar igualmente como ¿Qué es depilar?
- ¿Me diste la caja? frente a ¿Mediste la caja?

La identidad en la pronunciación de una o varias palabras se denomina homofonía. Casos así suelen resolverse con el contexto.

e) La ambigüedad semántica ocurre cuando una palabra o concepto tiene un significado de por sí difuso que se basa en el uso informal o generalizado. Este es el caso, por ejemplo, de giros y construcciones con significados no bien definidos y que se presentan en el contexto de un argumento más amplio que invita a una conclusión.

- *Solo pueden opositar personas con ambos títulos*
- *Pueden participar personas de ambos sexos*

En el primero se entiende que cada persona de modo individual ha de tener los dos títulos. En el segundo, se entiende que en el conjunto de las personas las hay bien de un sexo, bien de otro. Un error habitual es seleccionar de todos los sentidos aquel que carece de lógica y considerar que, por tanto, se trata de un error; por ejemplo, cuando se considera que de ambos sexos es incorrecto porque solo se ha seleccionado el sentido de la oración anterior: que una persona individual ha de tener ambos sexos a la vez.

3.4 Solecismos

Se llaman así los vicios de construcción que atentan contra las estructuras idiomáticas típicas y características de una lengua. La mayoría de los solecismos se debe a la adopción de estructuras extranjeras, indebidas en español, porque en nuestra lengua son innecesarias. Este tipo de solecismo tiene un nombre especial: “barbarismo”
Barbarismos por el empleo de voces extranjeras:

Incorrecta	Correcta
Show	Espectáculo
Ring	Cuadrilátero
Staff	Equipo Directivo
Faul	Falta, juego sucio
Marketing	Mercadotecnia
Chance	oportunidad
Stop	Pare, alto

Se incurre también en solecismos:

- Al usar dos partículas incongruentes o mal colocadas en una misma oración:

Le pedimos disculpas por nuestro error

Forma correcta:
Le ofrecimos una disculpa por nuestro error / Nos disculpamos…

- Al emplear la forma “le” o “les” (pronombre de objeto indirecto) con valor acusativo (objeto directo):
  Les invito a mi boda

  Forma correcta:
  Los invito a mi boda / Las invito a mi boda

- Al emplear una preposición distinta de la que exige un complemento, o al omitirla cuando éste la requiera:
  Ocúpate de tus problemas y déjame a mí en paz.

  Forma correcta:
  Ocúpate en tus problemas y déjame a mí en paz

- Al preferir un barbarismo cuando existe una construcción precisa en español:
  Fue entonces que/cuando descubrí su infidelidad

  Forma correcta:
  Entonces, descubrí su infidelidad

- Al forzar una metáfora que en realidad es una frase hecha:
  Desde esta óptica, la solución es distinta

  Forma correcta:
  Desde este punto de vista, la solución es distinta

Los solecismos deben evitarse porque constituyen errores contra la exactitud y pureza del idioma; son vicios de construcción sintácticos que demuestran la falta de conocimiento de una lengua.

Algunos solecismos son:

Solecismo	Forma Correcta
A grandes líneas	En líneas generales
Hablo a nombre de…	Hablo en nombre de….
Abocarse a	Dedicarse a
A resultas de	A causa de
Así fue que	Así
Anteriormente a	Con anterioridad
Bajo el punto de vista	Desde el punto de vista
Con o sin música	Con música o sin ella
Cumplir metas	Alcanzar metas
Dar comienzo	Comenzar
Jugar un papel	Desempeñar un papel
Levantar infracción	Imponer multa
Tener efecto	Efectuarse
En relación a	En relación con

3.5 Impropiedades

Se llama impropiedad léxica o transgresión semántica al vicio de lenguaje que consiste en atribuir a una palabra o frase un significado o una función que no le corresponde. (Al menos, no en la lengua general culta). Puede considerarse una suerte de vicio de construcción.

Incorrecto	Correcto
Es un ejecutivo agresivo	Es un ejecutivo audaz
Examinar el tema con profundidad	Examinar el tema con detenimiento
La policía incauta dos kilos de droga	La policía se incauta de dos kilos de droga
Ha terminado el redactado de la ley.	Ha terminado la redacción de la ley.
El coche era bien grande.	El coche era muy grande

Podemos clasificar diversos casos de impropiedad léxica, que ocurren con cierta frecuencia, en las siguientes categorías:

- Abuso de donde como pronombre relativo y como preposición:

Un caso de impropiedad que se ha vuelto muy frecuente es el empleo del adverbio donde como relativo para antecedentes que no son lugares o no se conceptúan habitualmente como tales:

- *Hablaremos de la gramática, disciplina donde existen diversas nomenclaturas.* Lo propio es emplear la preposición en y el pronombre relativo: *Hablaremos de la gramática, disciplina en la que (o en la cual) existen diversas nomenclaturas.*

Asimismo, se ha hecho corriente el uso impropio del mismo adverbio como relativo universal (es decir, como una suerte de relativo "comodín") cuando el antecedente es nombre de cosa:

- *Es un problema muy discutido,* donde *se plantean numerosas hipótesis*, por: *Es un problema muy discutido,* sobre el que (o el cual) *se plantean numerosas hipótesis.*
- *Se realizó una marcha* donde *se solicitaron los permisos legales,* por: *Se realizó una marcha* para la que (o para la cual) *se solicitaron los permisos legales.*

- Abuso del artículo en expresiones de porcentaje

También se ven usados impropiamente el artículo definido y el indefinido en muchas frases que expresan porcentajes:

- *El precio de aquellos productos ha aumentado* el *veinte por ciento, pero en esta tienda se venden con rebajas de hasta* un *treinta por ciento.* Lo correcto es suprimir los artículos: *ha aumentado (ø) veinte por ciento; rebajas de hasta (ø) treinta por ciento.*

Realice ejercicios N°3

RAMO: REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

UNIDAD III

REDACCIÓN COMERCIAL

CLASE 01

1. GENERALIDADES DE LA REDACCIÓN COMERCIAL

En tiempos anteriores se veía a la redacción comercial como una destreza para abrirse paso en el mundo de los negocios y oficialmente quien necesitara desarrollarse laboralmente en este ámbito no era nada si no lo manejaba a la perfección, era como un requisito para ser aptos y es que en general una persona que anteriormente y más hoy en día no tenga esta capacidad de expresar de manera adecuada clara y eficazmente una idea en un texto sorteará inmensos problemas de comunicación en cualquiera que sea su campo de desempeño.

Hace bastante tiempo que esta expresión 'redacción comercial' viene rondando las oficinas de todo el mundo. Sin embargo su significado profundo ha ido cambiando con el paso del tiempo y la llegada de Internet al mundo del trabajo y de las ventas.

Por ejemplo, hace algunos años era común ver en el periódico ciertos anuncios sobre cursos de redacción comercial. También era bastante frecuente que las personas que se postulaban a puestos de trabajos administrativos, por ejemplo las secretarias y las dactilógrafas, colocaran en su hoja de vida o en su carta de presentación algo así como 'excelente redacción comercial propia'. ¿Cuál era el concepto detrás de la frase? Se trataba de la redacción de cartas en las que se relacionaba la empresa con el cliente interno y externo: comunicados, presentaciones, invitaciones, convocatorias, pedidos, solicitudes, precios y presupuestos, ofertas, reclamos, y un largo etc., etc.

En la actualidad, todos estos escritos siguen existiendo en una empresa, con ligeras modificaciones, pero estos leves cambios o adaptaciones no son parte del gran cambio que ha modificado el concepto de 'redacción comercial'. Este cambio profundo surge de la necesidad específica de implementar efectivas estrategias de marketing y lograr ventas. Así, el desarrollo de correspondencia comercial que mueve a los prospectos a acción se transformó en el concepto de la redacción comercial por excelencia.

Aunque la enseñanza de este tipo de redacción no se enseñe aún en las escuelas, debería enseñarse. Requiere palabras específicas, expresiones concretas, un estilo definido, una estructura adecuada, es decir, a comprar.

Con esta destreza en su haber, muchas más personas estarían capacitadas para conseguir empleo o para tele trabajar desde sus hogares realizando este tipo de escritos y favoreciendo las ventas a través de estas formas novedosas y eficientes de marketing directo.

Los documentos comerciales son todos los comprobantes extendidos por escrito en los que se deja constancia de las operaciones que se realizan en la actividad mercantil, de acuerdo con los usos y costumbres generalizados y las disposiciones de la ley. Estos son

de vital importancia para mantener un apropiado control de todas las acciones que se realizan en una compañía o empresas.

Su misión es importante ya que en ellos queda precisada la relación jurídica entre las partes que intervienen en una determinada operación. También ayudan a demostrar la realización de alguna acción comercial y por ende son el elemento fundamental para la contabilización de tales acciones.

- En ellos queda precisada la relación jurídica entre las partes que intervienen en una determinada operación, o sea sus derechos y obligaciones.

- Por lo tanto, constituyen un medio de prueba para demostrar la realización de los actos de comercio

- Constituyen también el elemento fundamental para la contabilización de dichas operaciones.

- Permiten el control de las operaciones practicadas por la empresa o el comerciante y la comprobación de los asientos de contabilidad.

Los documentos comerciales se clasifican en:

- Externos: Los comprobantes externos son aquellos emitidos fuera de la empresa y luego recibidos y conservados en la empresa. Ej.: facturas de compras, recibos de pagos efectuados, etc.

- Internos de uso interno: Los comprobantes internos son los documentos emitidos en la empresa que pueden entregarse a terceros o circular en la misma empresa. Ej.: facturas de ventas, recibos por cobranzas, presupuestos, vales.

Por otra parte, no solamente se registran los documentos comerciales en los servicios públicos (escrituras, hipotecas) e instituciones privadas (contratos de arrendamiento, depósito) sino también en cualquier comprobante que sea respaldo de una registración contable (planillas de sueldos, informes).

Las instituciones públicas privadas y/o personas naturales que están obligados a emitir documentos comerciales son:

- Quienes comercializan cosas muebles.

- Quienes comercializan o prestan servicios.

- Quienes se dedican a la locación de bienes.

Conservación de un documento comercial: Los documentos comerciales deben ser conservados por diez años contados desde la fecha de emisión del documento.

Dentro de la diversidad de documentos utilizados en las instituciones o entidades privadas o públicas se encuentran la carta comercial, seguidos por circulares y memorandums. Estos tipos de medios de comunicación tienen carácter documental y las utilizan las empresas para ponerse en contacto con los clientes, proveedores, entidades, etc. Tienen importancia ya que contribuye a crear una imagen de la empresa y ayuda a coordinar actividades comerciales.

Realice ejercicios n°1

1.1 Redacción de documentos

El aumento de la complejidad en las actividades comerciales ha sido la causa de que los simples acuerdos verbal, existente de desde tiempos remotos, hayan sido sustituidos por la constancia escrita de los pactos o acuerdos celebrados.

Actualmente en este moderno mundo de los negocios, cualquier paso que se dé en el campo mercantil se hace constar a través de un documento y, en caso de que su importancia lo justifique, la documentación puede llevar la firma de algún funcionario calificado.

La documentación comercial suele tomar forma en el instante que la operación se realiza, siendo el objetivo, el de certificar el entendimiento que existe entre ambas partes que han efectuado un convenio. Desde la boleta que emite una caja registradora y que se entrega a un cliente que ha realizado una compra o hasta un complicado contrato de muchas páginas relativo al arrendamiento de algún departamento; pero tanto la boleta como el contrato describen de manera escrita la operación realizada, alejando así gran parte de las posibilidades de discrepancia por parte de los interesados.

Dentro del concepto de documentación mercantil se entiende no solamente los papeles que tengan características formales, sino que todos aquellos que puedan sustituirlos de otra forma, como la correspondencia.

Cuanto más grande sea la empresa mayor será la necesidad del empleo de documentación. Si llegase a tratarse de una gran empresa de ventas por departamentos, teniendo un gran número de dependientes que atenderán en sus diferentes departamentos; al mismo tiempo compradores que estarán adquiriendo mercancías en el mercado local, nacional o internacional. Tratándose de una organización como la que se ha descrito, será imposible que lleve a cabo las diferentes operaciones sin emplear una gran cantidad de documentos de naturaleza comercial.

En conclusión, se puede mencionar que toda documentación comercial es una constancia por escrito de alguna transacción mercantil o de algún aspecto de ella que pueda utilizarse para:

- *Certificar las anotaciones en los libros de contabilidad.*
- *Probar un hecho desde el punto de vista legal.*

Referente a lo mencionado en el segundo término conviene observar que en ciertos casos pueden utilizarse como elemento de fundamental de prueba para decidir un fallo, pero no serán útiles para desmentir la evidencia surgida de un comprobante escrito y revestido de las características legales: puede decirse entonces que aún los libros de contabilidad pierden valor sino están apoyados en un archivo de documentos bien organizado.

La redacción de este tipo de documentos debe tener parámetros claros, que se precisan a continuación:

Claridad: Esta característica nos señala que el texto (documento) tiene que ser de comprensión fácil y rápida, eliminando toda segunda interpretación posible. La claridad se consigue teniendo un orden sistemático y metódico de las ideas que se pretenden exponer y el uso correcto del lenguaje. A continuación se presenta un ejemplo:

Mensaje confuso	Mensaje claro
Hablar con el personal de oficina, además de ser una buena rutina diaria, constituye por parte de los supervisores una excelente práctica, que en algunos casos debería imitarse.	Debe recomendarse a los superiores que adopten la práctica diaria de hablar con su personal.

Brevedad: Un mensaje es breve cuando a pesar de utilizar la menor cantidad de palabras, el mensaje es claro y completo. A continuación se presenta un ejemplo:

Mensaje extenso	Mensaje breve
En relación con su informe del 15 de septiembre, donde se refiere a las irregularidades advertidas en el departamento de cómputo durante el año calendario de 1998, me complace anunciarle el traslado de este asunto a la Gerencia de Personal para su solución.	Me complace anunciarle que su informe 430 del 15 de septiembre, ha sido transferido a Gerencia de Personal para el trámite correspondiente.

Cordialidad: Esta característica tiene relación con el tono amable y respetuoso que se debe utilizar en la comunicación comercial. Nada es mejor que una palabra amigable y atenta, para transmitir una idea. A continuación se presenta un ejemplo:

Mensaje desatento	Mensaje cordial
En lo que a mí concierne, el	Respecto a la inspección realizada

desperfecto descubierto en su máquina tejedora "Waly" no es de nuestra responsabilidad y su empresa debería cambiarla o asumir su reparación por encontrarse en periodo de garantía.	a la máquina tejedora "Waly", consideramos que su empresa debe asumir los gastos de reparación o reposición, por encontrarse la máquina dentro del período de garantía.

Coherencia: Es la capacidad de manejar la información como un todo. Es lograr que las pequeñas ideas se enlacen entre sí para que surja la idea general significativa y completa. A continuación se presenta un ejemplo:

Primer párrafo: Apreciamos,…
Segundo párrafo: No obstante,…
Último párrafo: Por tanto,...

Un saludo cordial, señor Barrientos

Apreciamos su propuesta para representar a nuestra línea de producción en Linares.

No obstante haber realizado algunos contactos preliminares con empresarios de esa ciudad en los meses pasados, nos gustaría estudiar su oferta de representación para nuestros productos.

Por lo tanto, nos gustaría aprovechar la visita que realice a esa ciudad nuestro gerente, el señor Lizardo López, para tener una primera entrevista con usted el 6 de agosto.

Apreciaremos su confirmación al respecto.

Hasta entonces.

Integridad: La integridad contribuye a dar claridad al mensaje. Integridad y claridad se complementan. Contrariamente, un mensaje (una carta) incompleto resulta vago y de difícil comprensión. A continuación se presenta un ejemplo:

Mensaje incompleto	Mensaje completo
Informo a usted que hemos recibido diversos instrumentos quirúrgicos en buen estado y los hemos distribuido a las dos clínicas asociadas de nuestra empresa.	Me complace informar la recepción de los siguientes instrumentos quirúrgicos consignados para nuestras clínicas asociadas: 10 juegos de bisturís Sodiak. 40 pares de guantes Sureté. 02 estabilizadores de presión Rusk.

	Los cuales hemos...

Veracidad: Una relación basada en la verdad generará buena voluntad, será sólida y duradera, a nadie le gustaría hacer negocios con personas que faltan a la verdad. A continuación se presenta un ejemplo:

Mensaje engañoso	Mensaje veraz
La totalidad de las conservas de fruta que se venden en las cadenas de tiendas comerciales en toda la república son productos de nuestras fábricas.	Parte de las conservas que se venden en las cadenas de tiendas comerciales en toda la república son productos de nuestras fábricas.

Es tanta la importancia de la documentación comercial, que se han creado normas especiales de carácter técnico y disposiciones para su impresión, archivo y conservación de los diferentes tipos de documentos que se emplean en las operaciones comerciales. Aún los formularios de simple orden interno, que se utilizan entre diferentes dependencias de una empresa constituyen elementos probatorios que permiten seguir el curso de alguna mercancía determinada, identificar algún envió de dinero o pedir el cumplimiento de alguna norma o disposición interna cualquiera, como pudiera ser la de reclamar al Departamento de Compras, haciendo mención de la fecha y número de una solicitud de compras, el que un pedido no se hubiera recibido dentro del plazo establecido.

A continuación se presentaran una serie de documentos de índole comercial, que permitirá una orientación adecuada para la correcta redacción de variados documentos mercantiles.

Realice ejercicio n°2

1.2 Cartas – Circular – Memorándum

a) Carta comercial

La carta comercial sirve como medio de comunicación entre dos empresas comerciales o bien una empresa con un particular, o viceversa. Su contenido suele ser formal, oficial y/o confidencial. La actividad comercial es muy variada, por ello existen varios tipos de cartas comerciales. Los más importantes son: de compraventa, de reclamación, de ofertas, de solicitud y de publicidad.

A diferencia de cartas personales, las cartas comerciales poseen un esquema más rígido y un tono más objetivo, y deben ir siempre mecanografiadas.

- Estructura: Una carta comercial se compone de tres partes: el encabezamiento, el cuerpo de la carta y el cierre.
- El encabezamiento*:* Este se ubica en la parte superior de la carta. Contiene siempre membrete, lugar y fecha, dirección del destinatario, y saludo. En general se indica también el asunto de la carta, para que el destinatario sepa directamente de qué se trata.
- El cuerpo: El cuerpo de la carta es la parte más importante. Se compone de tres partes: una introducción, un núcleo y una conclusión.

- En la introducción se suele referir a correspondencia anterior, agradecer al destinatario y/o indicar el motivo para el escrito.
- En el núcleo se desarrolla la idea principal de la carta. Es importante redactar el núcleo con objetividad y claridad, sobre todo cuando se trate de una reclamación.
- Se termina con una conclusión que sirve de resumen de la carta y/o de estímulo.

- El cierre: El cierre de la carta constituye el final de la misma. Contiene siempre despedida, firma, nombre y cargo.

En caso de anexos se indica el número de éstos. Además es posible añadir posdata o indicar si se envían copias a otras personas.

En la carta, todos los elementos empiezan a la izquierda de la página. Este "estilo bloque" es la manera general de componer una carta.

Dado los objetivos de cartas comerciales, se suele tratar al destinatario con cortesía. Los tratamientos de respeto para el saludo son ‘distinguido(s) señor(es)’ o ‘distinguida(s) señora(s)’. Otra forma un poco más personal es ‘Estimado señor’ y las variedades correspondientes. En el cuerpo de la carta el autor se dirige al destinatario siempre con ‘usted’ o ‘ustedes’.

Para indicar si se envían fotocopias a otras personas se usa la expresión ‘C.c.’ seguido por el nombre del otro destinatario.

Si la carta es firmada en nombre del remitente, la firma va precedida por la abreviación ‘P.O.’ (por orden) o ‘P.A.’ (por autorización), indicando que la persona que firma la carta tiene la autorización de la persona responsable.

Como la carta comercial es el documento más utilizado en cualquier relación comercial o administrativa entre dos empresas o entre un particular y una empresa, se distinguen diferentes tipos de cartas. Entre ellas se encuentran:

- Carta de compraventa:

La carta de Compra Venta es el factor central de toda transacción comercial, constituyéndose en el punto de partida del comercio internacional e instrumento jurídico de la actividad económica mundial.

En el proceso de comercio internacional se realizan diversos contratos. El principal de ellos es el contrato de compraventa internacional de mercaderías. De igual manera, la comercialización de productos en un país determinado puede dar lugar a contratos de agencia, de distribución y de representación.

El Convenio regula los diversos aspectos de la compraventa internacional, los derechos y obligaciones de las partes contratantes con relación a la compraventa de mercaderías. Por otra parte, en los contratos de compra - venta señalan las Condiciones y los Medios de Pago en que se transarán las operaciones comerciales.

En un contrato compra-venta internacional pueden establecerse los medios para el financiamiento, que puede estar ligado a cualquiera de ellos. Algunos son:

1. Al Contado: el pago al contado varía de acuerdo al momento en que se efectúa el pago, que puede ser al confirmarse el pedido, al momento del embarque, al momento de negociar los documentos de embarque, o al momento de recibir la mercadería por parte del comprador. En el primer caso no se requiere financiamiento, en los otros podrá ser necesario un financiamiento de pre-embarque.

2. En Cuenta Corriente: cuando existe una relación muy favorable entre el exportador y el comprador extranjero pueden establecer este sistema, el cual requiere que en ambos países existan regímenes comerciales cambiarios sin restricciones que dificulten la transacción.

3. En Consignación: esta condición de pago implica que el derecho de propiedad de la mercancía no se traspasa hasta el momento de su venta en el extranjero. Esta modalidad entraña muchos riesgos para el exportador, quien sólo recibirá el pago luego de la venta efectiva, sin embargo es una modalidad usada en la venta de productos perecibles.

4. Al Crédito: La compra-venta se paga en un plazo después del embarque. Las transacciones al crédito son frecuentes y requerirán de financiamiento de post-embarque. El tipo de crédito otorgado principalmente será de proveedores y los documentos de pago que recibirá el exportador podrán ser pagarés o letras de cambio.

También existen condiciones de pago las que juegan un rol fundamental, no sólo por ser la forma como se realiza la transacción, sino porque dan origen al financiamiento. Las principales condiciones internacionales de pago son los siguientes:

a) Pago Anticipado: éste consiste en que el importador, antes del embarque, sitúa en la plaza del exportador el importe de la compra-venta. Esta forma de pago representa muchos riesgos para el comprador; quien queda totalmente a merced de la buena fe del vendedor, quien eventualmente y hasta deliberadamente puede demorar indebidamente el envío de las mercancías o simplemente en el peor de los casos no hacerlo. El uso de esta modalidad es excepcional, cuando por ejemplo el

vendedor domina el mercado por ser el único proveedor del producto de la tecnología.

b) Pago Directo: éste se constituye cuando el importador efectúa el pago directamente al exportador y/o utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad. Los medios de pago más comunes para pagos directos son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. Los medios de pago directos son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado, en cuenta corriente o a consignación. El pago directo representa una cierta forma de anticipación con la variante de que quien recibe toda la ventaja es el comprador, quedando el vendedor en absoluta inferioridad, pues debe enviar las mercancías y esperar el pago hasta que estas hayan llegado a destino. Puede suceder que el importador retire las mercancías y demore deliberada e indebidamente el pago, o que finalmente no lo realice, con graves pérdidas para el exportador quien, en el mejor de los casos tendrá que hacer regresar los bienes a su destino, asumiendo costos no previstos, con lo cual habrá sufrido una pérdida efectiva. En esta modalidad no existen garantías, la intervención de un banco queda limitada a facilitar un giro bajo instrucciones del cliente.

c) Cobranzas Documentarias: éstas se definen como el manejo por los bancos de documentos que pueden ser financieros o comerciales; según las instrucciones que reciban, con el fin de lograr el cobro y/o la aceptación de documentos financieros. El exportador entrega sus documentos a un banco para que éste, bajo las instrucciones recibidas, maneje y entregue los documentos al comprador previo pago y/o aceptación. La Cobranza Documentaria representa menos riesgos que el pago directo y el anticipado ya que en esta modalidad intervienen uno o más bancos, pero dicha intervención no constituye una garantía en el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato de compra-venta acordado entre las partes.

d) El Crédito Documentario: La Carta de Crédito o Crédito Documentario, ocupa el lugar de privilegio entre los medios de pago para operaciones de compra-venta internacionales de mercancías, no sólo por las seguridades que ofrece, sino porque mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que asumen las partes que intervienen en la compra-venta internacional. La Carta de Crédito, constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco. Estas garantías amplían según las cartas de créditos sean irrevocables y confirmadas.

Ejemplo de carta de compra y venta.

CONTRATO DE COMPRA-VENTA:

Entre el Sr._____,(nacionalidad),(estado civil),_____con (identificar tipo de documento) N° _____ domiciliado en la calle _____, de la localidad _____ provincia de _____ en adelante la parte VENDEDORA y el Sr._____ , (nacionalidad), (estado civil), con (identificar tipo de documento) N°_____ con domicilio en la calle _____ , de la localidad de _____ provincia de _____ en adelante la parte COMPRADORA; todos mayores de edad y hábiles para contratar en los términos fijados por la legislación vigente, acuerdan en celebrar el presente boleto de compra-venta, sujeto a las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La parte VENDEDORA VENDE y la parte COMPRADORA COMPRA, Ad-Corpus, un inmueble de propiedad de la primera, ubicado en la calle _____ N° _____ entre las de _____ y _____ de la ciudad de _____ , provincia de _____ identificado con Nº _____ de partida municipal Unidad Funcional Nº ____, Piso:___ Letra: ___ provincia de _____ e inscripto en el Registro de la Propiedad Inmueble bajo en la matricula N°_____, según consta en dicho título que la parte COMPRADORA ha tenido a la vista y declara su total conformidad. La propiedad se entregará con todo lo edificado, plantado, clavado y adherido al suelo y en el estado actual que la parte COMPRADORA conoce y acepta por haberla visitado e inspeccionado previamente a la firma del presente.

SEGUNDA: La presente venta se realiza sobre la base de títulos perfectos, libre de todo tipo de gravámenes y/o inhibiciones con todos sus impuestos, tasas, contribuciones y servicios pagos al día de la escrituración y/o posesión, libre de ocupantes y/o intrusos y sin oposición de terceros. El inmueble aludido no se encuentra limitado en cuanto a su disposición, situación que se acredita con el certificado de dominio expedido por el Registro de la Propiedad Inmueble Nº _____ de fecha __/__/____. Asimismo se deja expresa constancia que no se encuentran inhibidos los vendedores para disponer de sus bienes, según surge del certificado de inhibición expedido por el Registro de la Propiedad Inmueble bajo el Nº _____ de fecha __/__/___.

TERCERA: El precio del inmueble será a abonado en la siguiente forma: a) Dólares Estadounidenses _____(U$S____) en este acto según recibo por separado; b) Dólares Estadounidenses _____ (U$S____) a entregar en el acto de escrituración.

CUARTA: El acto de firma de la escritura traslativa del dominio se firmará el día __del mes de ___ del año____ ante el escribano interviniente _____ con N° de Registro_____, con estudio en la calle _____ Piso __ , quién

deberá citar fehacientemente a las partes con cinco (5) días de antelación al acto de la escrituración estableciendo la hora exacta de celebración. La vendedora se compromete específica y especialmente a no hipotecar ni constituir ningún derecho real de ningún tipo sobre la propiedad durante el periodo que surja de la firma del presente y hasta que se realice la escritura traslativa de dominio bajo apercibimiento por los daños y perjuicios que pudieran generarse.

QUINTA: La presente operación tiene carácter de firme e irrevocable y ninguna de las partes podrá dejarla sin efecto sin mediar incumplimiento de la otra. La parte que no diere cumplimiento, dará derecho a la otra a su sola opción a: A) Dejar sin efecto la presente operación, con pérdida para la parte COMPRADORA de los importes entregados, si ésta fuera la remisa; y si fuere la parte VENDEDORA, deberá reintegrar los importes percibidos más otro tanto; B) Exigir el cumplimiento de ésta operación, en cuyo caso la parte remisa deberá abonar a la otra una multa de Dólares Estadounidenses _____ (U$S____) diarios, por cada día de demora. En ambos casos la mora se produce de pleno derecho, sin necesidad de interpelación judicial o extra-judicial alguna bastando el presente de notificación suficiente subsistiendo ambas opciones mientras no se opte por alguna de ellas.

SEXTA: La parte VENDEDORA se obliga a transferir a la parte COMPRADORA la línea y aparato telefónico Nº ___-____, existente en el inmueble de referencia, corriendo todos los gastos de transferencia si los hubiere por cuenta exclusiva de la parte COMPRADORA.

SEPTIMA: La parte VENDEDORA se compromete a notificar cualquier circunstancia que pueda afectar la situación jurídica del inmueble dentro de las 24 horas que tome conocimiento de la misma.

OCTAVA: Se establece de común y mutuo acuerdo para todos los efectos legales derivados de la aplicación del presente boleto de compra-venta que las partes se someten voluntariamente a la jurisdicción de los Tribunales Ordinarios de _____, haciendo expresa renuncia a cualquier otra jurisdicción que pudiere corresponderles, fijando domicilios sus legales y especiales, a efectos de cualquier notificación, citación judicial o extra-judicial, en los arriba declarados.

En la Ciudad de _____ leído que es el presente documento y de plena conformidad se firman dos ejemplares de un mismo tenor y a un sólo efecto, a los ___ días del mes de _____ del año _____. Se deja constancia que cada parte retira su ejemplar.

- Carta de Oferta:

Se diferencian de las ofertas de servicios porque, generalmente, lo que ofrecen son productos, mercancías. Las grandes empresas envían este tipo de correspondencia a sus clientes para informarles de las innovaciones que sacarán al mercado, es una forma de promocionar el nuevo género. El planteamiento de la carta no es muy diferente de las ofertas de servicios de la empresa, muchas veces se interrelacionan.

Las empresas utilizan frecuentemente las cartas comerciales con el fin de ofrecer a los posibles clientes determinados productos o servicios. Estas cartas reciben el nombre de cartas de oferta. La oferta va a veces acompañada de descuentos especiales u otro tipo de ventajas para realizar un mayor número de ventas.

En una carta de oferta, suelen aparecer los siguientes datos:

- Motivo de la oferta: Es conveniente explicar la razón por la que se realiza la oferta: liquidación, lanzamiento de productos, cambio de local, etc.

- Características y precios de los productos: Se debe presentar el producto, sus características, su precio y explicar las ventajas que ofrece.

- Duración de la oferta: En la carta ha de figurar el período de validez, es decir, la fecha de inicio y fin de la oferta presentada, y si es acumulable a otras o no.

  Forma de adquisición. Se ha de indicar el lugar de entrega y el modo de pago de los productos.

CLASE 02

- Carta de solicitud:

Un modelo carta de solicitud es un tipo de carta cuya motivación, siempre ha de ser la de exponer de forma correcta una solicitud por la que se desea obtener un beneficio, sea éste de carácter laboral, como en el caso del modelo carta solicitud de empleo, o con otras intenciones de tipo comercial, como pudiera darse en el caso del modelo de carta de solicitud de información de precios, solicitud de un catálogo, solicitud de cambio de domicilio, o cualquier otra cosa que pueda ser solicitada.

En ocasiones, podemos encontrar formularios ya preparados cuyo formato consiste en un modelo carta de solicitud, para que los clientes lo rellenen y expongan así sus solicitudes. Pero en la mayor parte de las ocasiones no existe tal formulario, y el cliente o la persona que necesita solicitar, debe redactar su propio modelo de carta de solicitud.

Una de las pautas que rigen este tipo de cartas de solicitud y que a su vez rigen la mayoría de los modelos de cartas, consiste en la redacción del documento mediante el uso de un lenguaje sencillo, claro, conciso y sin excesos de formalidad, aludiendo explícitamente a aquellas partes concretas de las que se requiere la dicha solicitud. No conviene andarse por ramas y dejar suficientemente claro en el primer párrafo de la carta, las reivindicaciones que se solicitan.

El final del modelo, carta solicitud, puede cerrarse con una frase de agradecimiento, dando por hecho que el lector de la carta responderá de forma positiva a nuestra solicitud y nos remitirá la información o el pedido que así le hayamos solicitado. Así mismo agradecerle por su tiempo o por las molestias causadas a cuenta de nuestra solicitud.

Ejemplo carta solicitud de información

Medellín, 23 de marzo de 2009

Señora
CARMEN EMILIA ROJAS DE ORTIZ
Directora
Fundación X
Calle 17 No. 43FF-52
Medellín

Apreciada señora Carmen:

Me permito dirigirme a Usted para hacer la solicitud de la información concerniente con el seguro de vida que cubre a mi familia y que quiero estudiar detenidamente por asuntos personales.

Quedo a la espera de su respuesta.

Cordialmente,

ROSA ELENA LÓPEZ MEJÍA
C.C. 32.087.593

- Carta de publicidad:

Esta carta está formulada para ser enviada a clientes potenciales de algún negocio. Es muy importante prestarle especial atención ya que de ella depende la primera impresión que se lleve el cliente de esta empresa.

Es muy importante ser muy educado, explicar el trabajo que se realiza en la empresa (aunque sin entrar en excesivos detalles para no "aburrir" a la persona que va a leer la carta), y sobre todo mostrarle las ventajas que obtendrá si finalmente decide hacer negocios. También es importante averiguar el nombre de la persona que va a recibir nuestra carta, verán que existe preocupación de saber quiénes son y a que se dedican.

Ejemplo carta de publicidad

AUDICOL
Pedro Fontova 3571
Teléfono N° 8885569
HUECHURABA

HUECHURABA, Agosto 10 de 2010

Señores
MADEMSA, FENSA, THOMAS
Los Leones 3872
PROVIDENCIA.

De nuestra atención:

Hemos podido investigar e informarnos acercad e los materiales, materias primas que utilizan para crear y producir sus máquinas de lavado, cocina, etc.

Respecto a esto, nosotros AUDICOL, queremos ofrecerles una enorme gama de materiales con los que pueden trabajar los mismos productos pero a menos costo.

Podemos satisfacerlos en materiales como acero inoxidable, plástico vidrio y muchos otros productos ya manufacturados.

Esperamos cumplir con las necesidades y poder ser sus futuros proveedores.

Se despide cordialmente de uds.,

AUDICOL

Pedro Candia Bravo
Jefe de Ventas

b) Circulares

Las cartas circulares tienen como cometido comunicar noticias de interés actual exponiendo, al mismo tiempo, las causas de las mismas. Las circulares suelen escribirse en gran cantidad y en forma impresa. Con este tipo de carta puede anunciarse la constitución, modificación o disolución de una empresa, cambios de domicilio, la visita de viajantes, la modificación de precios, etc.

Normalmente, las circulares no se contestan, pero sí puede hacerlo por motivos de cortesía o deseos de iniciar alguna operación comercial.

El formato puede ser de varias formas, uno de ellos es el siguiente:

1. Membrete: arriba del documento, donde se menciona el nombre de la empresa o institución.

2. Circular N°: se coloca debajo del membrete, indica el número asignado administrativamente a esa circular en particular.

3. Lugar, fecha de emisión.

4. Asunto (REF): debajo de “Circular N°”, es una breve referencia sobre lo que trata la circular.

5. De: Indicación de quien envía la circular.

6. A: Indicación de a quien se envía.

7. Saludo

8. Cuerpo: El contenido de la misma

9. Frase de despedida

10. Nombre, apellido y cargo

11. Responsable del documento.

Ejemplo de circular

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA.
GERENCIA DE PERSONAL (1)

CIRCULAR Nº 37 (2)

Santiago, julio 12 de 2008 (3)
REF. : Atención dental (4)
DE: JOSÉ MUÑOZ ROTHER (5)
GERENTE DE PERSONAL

A: ASOCIADOS DE FASUT (6)

Señores: (7)

En vista de la gran acogida que presentó la Campaña de Asistencia Dental, la Federación de Empleados de la Universidad Tecnológica, informa a sus asociados que se ampliaron las fechas y la opción de profesionales que brindan los servicios de exámenes, radiografías y prótesis dentales. Estos profesionales son: (8)

- Doctor Alejando Ossa: Calle 23 No 234 - Teléfono. 3345532
- Doctor Jorge Ramírez: Clínica Odontológica ANDES Av. Vitacura No. 3-49 Piso 1. Teléfono 3316859 / Celular 316 4491311

Lo anterior con el objeto de cumplir con sus expectativas y necesidades en el lugar y en el momento que sea requerido. (8)

Fechas de ampliación: 23 de julio de 2008 hasta 16 de octubre de 2009

Valor persona: $ 14.000 pesos de los cuales FASUT aporta el 50% ($7.000 pesos) como incentivo a su participación en esta jornada.

Con el objeto de planificar convenientemente las actividades, esta Gerencia solicita organización y participación frente a lo recién expuesto. (8)

Saluda atentamente, (9)
JOSÉ MUÑOZ ROTHER (10)
GERENTE DE PERSONAL
J.M.R./l.ñ.s.(11)

c) Memorandum:

Es un documento de comunicación donde la autoridad superior hace alguna advertencia, da órdenes y también rememora hechos que se deben tener en cuenta. Es un documento simplificado de uso muy difundido en los organismos dependientes del estado y en las entidades del sector privado. Es flexible y práctico, breve y directo.

Se difunde en todos los niveles o escalones de la administración.

Los documentos más usados en la administración pública son el oficio y el memorando. Hay instituciones que incluso han delimitado el área de difusión de estos documentos: emplean el oficio para su comunicación externa y el memorando para su comunicación interna. Lo mismo que muchas empresas, usan la carta para lo primero, y el memorando, para lo segundo.

Área de Difusión: El memorando es un documento de carácter interno, porque solamente se difunde dentro de una institución o empresa.

Establece comunicación entre todos los trabajadores de una institución o empresa, al margen de su nivel o jerarquía, por la aplicación de los principios de simplificación administrativa y racionalización de recursos. Por ejemplo, entre el gerente y su secretaria, y viceversa; entre el director de un colegio y un profesor de aula, y viceversa o entre gerentes o jefes del mismo nivel.

Facultad para firmar memorándums: La tienen todos los servidores o miembros de una institución o empresa, sin distinción alguna.

Partes del Memorándum:

1. Membrete: Información de la Institución.
2. La palabra MEMORÁNDUM y Nº.
3. De: Nombre del emisor o remitente
4. A: Nombre del receptor o destinatario
5. Ref.: Oración que resume el contenido del mensaje.
6. Fecha: Lugar, día, mes y año de emisión
7. Texto o cuerpo: Mensaje que se desea comunicar.
8. Firma: Persona responsable del contenido del documento.

Redacción del texto

El texto del memorando comprende dos secciones:

- Fórmula de apertura: que viene a ser una frase directa, concisa con la que se inicia la redacción del texto del memorando. Por ejemplo, la frase "sírvase..." "Sírvase comunicar a esta dirección el record de... "

  Existen muchas fórmulas de apertura. Los memorandums dirigidos a un subalterno generalmente empiezan la redacción del texto con las fórmulas: "sírvase..." (Como en el caso anterior) y "comunico a Ud...." como en el siguiente:

> "Comunico a Ud. que esta jefatura ha visto por conveniente disponer..."

Mientras que los memorandos que se envían al superior o a servidores del mismo nivel, comienzan con las frases:

> "Por el presente..."
>
> "Por el presente, me dirijo a Ud. a fin de solicitarle permiso..."
>
> "Me dirijo a Ud. ..."

- Exposición: se desarrolla el asunto que motiva el memorando en forma breve, precisa y directa, sin eufemismos ni rodeos.

  Diferenciamos dos clases de memorando: Simple y Múltiple

1. Memorando simple: Se utiliza para comunicar disposiciones; remitir, pedir o transcribir documentos; dar a conocer la realización de actividades o la ejecución de tareas y, en general, para informar asuntos diversos de trabajo a un solo destinatario.

   Características: Comparte las mismas características con el oficio simple, pero con la diferencia que en el código lleva la palabra "memorandum" como nombre del documento.

2. Memorando múltiple: Se usa para hacer conocer disposiciones o cualquier otra información, en forma simultánea, a varios destinatarios.

Características: Tiene las mismas características que posee el oficio múltiple, con la diferencia que emplea "memorando múltiple" como nombre del documento. En algunas entidades lo conocen como el nombre de "memorando circular".

Ejemplo de memorándum

MEMORANDUM Nº 008

Antofagasta, 15 de Abril de 2010.-

DE: SR. Hugo Álvarez, Jefe Sección Presupuesto

A: Jefe División Financiera

ASUNTO: Asignación presupuesto

Le agradezco certificar la asignación del presupuesto, en el rubro inversión, otorgada a la División de Construcciones para el primer semestre del año.

Esta certificación legaliza la documentación exigida por la Junta Directiva el pasado 14 de Abril de 2007. 2 cm

Cordialmente.,

Armando López Castro

ALC/mcq.

Realice ejercicios n°3

1.3Pedido – Remisión – Cobranza – Prórroga

a) Carta Pedido

Se puede pensar, y por lo general es así, que una carta de pedido es causa de una carta oferta anterior, pero en varios casos son los comerciantes o clientes, los que se dirigen mediante un modelo de carta de pedido de forma espontánea exponiendo su petición o formato de su pedido.

Lo fundamental en este tipo de documento de pedido es planificar con anterioridad lo que se va a solicitar. Por norma general son grandes pedidos de artículos con sus precios y la cantidad de unidades, o expresado en cantidades o cajas, etc.

Es importante que se notifique a la casa vendedora a la que se envió el pedido que responda confirmando lo antes posible, indicando también si es que existe alguna dificultad, lo anterior necesario para poder hacer alguna rectificación o algún cambio.

Sobre los plazos de entrega y sistemas de despacho, son muy importantes al momento de hacer un pedido, además no hay que olvidar la forma de pago o cobro, se hacen descuentos por comprar superiores a ciertos productos, formas de financiamiento, comisiones, primas, etc.

Otro dato importante dentro de la carta de pedido es conocer claramente los gastos de envío. Aquí el dato importante es conocer el peso, los gastos de embalaje, conocer si el peso que estamos pidiendo incluye el embalaje o se refiere al peso neto y no bruto. Conviene matizar todos estos datos, o si se desconocen hacerlos saber dentro de la carta de despacho. A continuación se presentan una serie de cartas de pedido.

Modelo carta pedido N°1

Estimados señores:

Les acuso recibo de los muestrarios de paquetes y productos informáticos que a mi parecer responden a las expectativas de mis clientes.

Por lo tanto, les rogamos puedan hacer uso de esta carta y realizar el envío con la mayor celeridad de los productos que citaré a continuación:

- 50 Ratones inalámbricos HKA 2.5 pulgadas
ref.123-567
$3.000 p/u

- 30 Monitores Paunsung 19 pulgadas
ref. 125-222

$ 50.000 p/u

- 200 paquetes de conectores USB 2.0.
ref. 123-299
$ 2.500 p/u

- 10 Ordenadores IXN 2000 de alta gama.
ref. 444-555
$ 80.000 p/u

Como sistema de pago, continuamos como el mes pasado utilizando el giro postal.

Un saludo cordial

(Firma)

Modelo carta pedido N°2

Librería Técnica Rodolfo
Calle Independencia, 47
21001 LINARES

Ediciones GuadalLibro
Avda. Constitución, 23
41010 Concepción

Estimados señores,

Hemos recibido su catálogo con sus publicaciones sobre informática y nos dirigimos a ustedes a fin de formalizar un pedido de los ejemplares, que detallamos a continuación:

- Ref: PC23454. “La Informática en Andalucía: retos de futuro”. Cantidad:10 ejemplares.

- Ref: R-209V “Cuadalinex 2004. Libro de Uso”.Cantidad: 20 ejemplares.

Confiamos en que, como es habitual, realicen el 15% de descuento respecto al precio del catálogo y en poder recibir el material antes de quince días. Por otra parte, les recordamos que la modalidad de pago acordada con ustedes es a noventa días a partir de la fecha de la factura.

En el caso de que necesiten cualquier aclaración, no duden en ponerse en contacto con nosotros.

Atentamente,

Francisco M. López Rodríguez
Librería Técnica Rodolfo

Linares, 22 de noviembre de 2005

b) Remisión

Este tipo de documento se emplea en el comercio, con el fin de enviar las mercancías solicitadas por el cliente según su carta de pedido y éste se encuentra membretado e impreso, según la necesidad de la empresa.

La remisión es útil para que el comerciante tenga un testimonio de los productos que ha entregado, en las condiciones solicitadas y aprobadas por el departamento de ventas.

El documento se extiende por duplicado o triplicado, según sea la necesidad de la empresa, por lo general se utiliza un practico talonario con tres copias, una queda en la empresa, la otra va al cliente y la ultima es devuelta con la firma del cliente, certificando de esa manera la conformidad del cliente, en la recepción del o los productos.

La guía de remisión debe cumplir con algunos requisitos:

- Membrete o razón social de la casa vendedora
- Numeración correlativa
- Lugar y fecha
- Nombre o razón social de comprador
- Dirección del cliente
- Detalle de los artículos
- Cantidad (indicando si son docenas, cientos, etc.)
- Precio unitario y total
- Firma del vendedor
- Firma del cliente, comprador o persona que recibe los artículos.

La importancia de la remisión recae en la materialización del derecho del vendedor y la obligación del comprador, justifica la salida de los productos desde el depósito, constituyendo un elemento muy importante.

Modelo de guía de remisión

SATRERIA CARCAMO S.A

Chacabuco N° 342

Linares, 25 de agosto de 2006

Sr. Gabriel Torres Torres

Dirección: calle Chacabuco N° 342

CANTIDAD	ARTICULO	UNITARIO	PRECIO
2 **1** **3**	**CAMISA** **CORBATA** **PANTALON**	**$ 15.000** **$ 3.000** **$ 10.000**	**$ 30.000** **$ 3.000** **$ 30.000**
TOTAL		**$ 28.000**	**$ 63.000**

recibí conforme

VENDEDOR **COMPRADOR**

c) Cobranza

La cobranza está constituida por diferentes tipos de cartas, que se encuentran redactas en diferentes tonos y conducentes a obtener un cheque que cancele un saldo pendiente.

El objetivo de la cobranza es:

1. Cobrar una cuenta vencida.

2. Preservar la simpatía, amistad y buena voluntad del cliente o deudor.

- Factores que aseguran el éxito:

- Se debe tener un amplio conocimiento del cliente, (facilita la posibilidad de brindarle extensiones en su plazo de pago cuyo negocio ha sido afectado por un siniestro, o una baja en su rendimiento por circunstancias temporales.)

- Programar una manera sistemática de cobranza. (serie de cartas que se envían periódicamente al cliente moroso. Los períodos pueden ser de 15 o de 20 días, que es el plazo normal para que se realicen las labores administrativas de

correspondencia, trámites bancarios, y el tiempo que tomaría el servicio de correos).

- Tono adecuado. (trato cordial porque se pretende mantener la buena voluntad del cliente).

Se puede dividir la notificación en cuatro etapas, estas son:

1. Notificación amistosa (transcurridos los primeros días siguientes al vencimiento de una factura. Se puede suponer que se pasó por alto el pago).

2. Segunda notificación (tentativa de recordar al cliente su obligación vencida. Un poco de presión en el tono).

3. Discusión (conseguir el pago del saldo moroso o conseguir la explicación del deudor).

4. Ultimátum (medida de fuerza. Tono imperativo; amenaza de acción legal en"Notificación amistosa", generalmente se usa una tarjeta impresa, ya que el mensaje es breve y de naturaleza estrictamente recordatoria.

En la segunda notificación, la cobranza apela a una solicitud de pago y el mensaje es más amplio; en las etapas de discusión y de ultimátum, se requieren una carta personal que dará al lector la impresión de que se posee especial interés en ayudarlo a resolver su problema).

CLASE 03

Algunas frases modelo, pueden ser útiles a la hora de redactar una cobranza:

- Primera notificación

- *Por la presente hacemos/queremos recordar a Uds. el vencimiento de la factura N°…. del día...*

- *Les rogamos verifiquen su estado de cuenta adjunto, dado que muestra un importe pendiente a nuestro favor de $...Agradecemos se sirvan cancelar este saldo a la brevedad.*

- *Nos dirigimos a Uds. para recordarles que el día… les enviamos nuestra factura N°…, cuyo importe aún no ha sido saldado.*

- Reiteración de requerimiento de pago

- *Nuevamente llamamos su atención al saldo de su cuenta con nosotros por la suma de $..., que venció el día…*

- *Nos permitimos recordarles que aún sigue sin saldar en su cuenta el importe…*

- *Les rogamos la pronta cancelación de nuestra factura N°… de fecha..*

- *Les agradeceríamos, si no lo han hecho en el ínterin, el envío de un cheque por la cantidad correspondiente*

- *Nos hemos dirigido a Uds. en dos ocasiones anteriores para solicitarles el pago de nuestra factura N°… de fecha….*

- *A pesar de la prórroga de pago que les hemos concedido, Uds. no han atendido el pago pendiente.*

- *Esta situación nos preocupa…*

- *No dudamos que esta situación sea ajena a su voluntad…*

- *Sin embargo, dado que ya han disfrutado de una prórroga comercial considerable, les exigimos ahora nos hagan llegar su cheque hasta el día… a más tardar.*

- *No podemos diferir por más tiempo el cobro, ya que debemos cumplir nuestros propios compromisos contraídos con proveedores.*

- Ultimátum

- *Lamentamos dirigirnos a Uds. en última notificación para informarles que nuestra factura N°… del…sigue aún pendiente de pago a pesar de nuestros reiterados avisos.*

- *Dado que la extensión de su crédito ya ha excedido toda regla de crédito otorgado a un cliente, han puesto en serio riesgo su prestigio crediticio.*

- *Si bien es nuestro deseo preservar nuestra amistad comercial en la medida de lo posible, insistimos una vez más que…*

- *…. de no recibir el pago dentro de las próximas 72 horas, nos veremos obligados a iniciar una acción legal…*

- *Esperamos contar con su cooperación para evitar tener que recurrir a medidas más drásticas en la protección de nuestros intereses.*

- *Como nuestra buena disposición no ha sido correspondida por su empresa, nos vemos obligados a iniciar acciones pertinentes.*

- *Pasaremos el asunto a un abogado, cobrándoles a Uds. todos los gastos que se produzcan.*
- *Le rogamos que efectúe el pago hasta el… En caso contrario nos veremos obligados a encargar la gestión del cobro a nuestro departamento jurídico para que actúe en la forma que estime conveniente.*

- *En vista de su negativa a cumplir sus obligaciones de pago pendiente desde hace seis meses, no nos queda otra alternativa que recurrir a procedimientos procesales.* A continuación se presentan dos ejemplos de notificaciones:

Estimados señores:

Nos hemos dirigido a Uds. en dos ocasiones anteriores para solicitarles el pago de nuestra factura N° ….Al no haber recibido respuesta alguna, estamos preocupados por esta situación y si bien no dudamos que la demora en hacernos llegar el pago sea debida a dificultades que está atravesando su firma, quisiéramos que nos informe acerca de las mismas.

De esta forma sería posible, dada la larga amistad que nos une, de estudiar la forma en que eventualmente podríamos cooperar con Uds. Sin embargo, dado que ya han disfrutado de una prórroga comercial considerable, les exigimos ahora que nos hagan llegar su cheque o en su defecto una explicación de su demora hasta el… a más tardar.

Saluda atentamente

Estimados señores:

Lamentamos tener que dirigirnos a Uds. en última notificación para informarles que nuestra factura del… aún se encuentra pendiente de pago a pesar de nuestros reiterados avisos.

Dado que la extensión de su pago ya ha excedido a toda regla de crédito otorgado a un cliente, Uds. han puesto en serio riesgo su prestigio crediticio en nuestra compañía.

Si bien es nuestro deseo preservar nuestra amistad comercial en la medida de lo posible, insistimos una vez más que de no recibir el pago dentro de las 72 horas, nos veremos obligados a iniciar una acción legal.

Esperamos contar con su cooperación y de esta manera evitar tener que recurrir a medidas más drásticas en la protección de nuestros intereses.

Atentamente,

Se entiende por prórroga a un nuevo plazo que el acreedor concede a un deudor, para que este pueda realizar la cancelación de la deuda después de la fecha pactada.

La correspondencia de prórroga es un agente diplomático entre el acreedor y el deudor, dando la posibilidad al deudor de cumplir su compromiso, resguardando su prestigio. Por otro lado el acreedor puede mantener sus relaciones comerciales con el comprador, concediéndole más tiempo para el pago de la deuda.

El incumplimiento de las obligaciones mercantiles habilita al acreedor de proceder de manera judicial. El recurso de la prórroga es una opción que denota prudencia, pero el abuso indiscriminado de esta puede dañar seriamente el prestigio comercial del comprador. Por lo anteriormente expuesto la prorroga es una medida excepcional y debe utilizarse en situaciones de imposibilidad absoluta de cumplir con sus compromisos.

La carta de petición de prórroga, se redacta cuando el deudor se percata que no podrá cumplir con sus compromisos comerciales, solicitando un nuevo plazo para cancelar el saldo, consiguiendo así que se proteste algún documento bancario.

Las causas más comunes para la petición de prórroga son:

- *Casos fortuitos (sismos, incendios, robos, desperfectos mecánicos, materia prima etc.).*

- *No pago oportuno de los créditos concedidos.*

- *Interrupciones en la producción.*
- *Disminución de las ventas.*

A continuación se presenta un ejemplo de carta de prórroga:

Ejemplo de carta de prorroga:

c o m e d u c
Liceo comercial Gabriel González Videla
Brown norte Nº 369
Teléfono: 2255994 fax: 2259906
E-mail: liceo_ggv@yahoo.es
Ñ U Ñ O A

SANTIAGO, septiembre 11 de 2008

Señores
Almacenes Paris
Estado º 741
SANTIAGO

REF.: Solicita prórroga de la 5ª cuota del mes de septiembre

Estimado señor:

Lamento no poder cumplir con el pago de la 5ª cuotas por tener problemas en la producción del producto, debido a que las materias procedentes de argentina ha tenido retrasos en el envió.

Esta situación afecta mis ventas., por tal motivo solicito a ud. una prórroga de 6 meses para cumplir con el pago de las cuotas contraídas con su Empresa.

Saluda atentamente a Ud.,

Realice Ejercicios N°4

1.4 Explicación – Justificación – Recepción – Reclamación

a) Carta de explicación (ajuste)

En este tipo de cartas el criterio aceptado es que pocas cartas como las de ajuste, exigen tanto del el espíritu de equidad y ecuanimidad del redactor. Ya sea una respuesta positiva o negativa, no debe dejar ver la molestia, pero tampoco se debe exagerar la actitud de servicio, sino que dar explicaciones con moderación. El éxito en el tratamiento de la carta de reclamación lo conseguirá el redactor que considere el mensaje como escrito por él mismo, situándose en la perspectiva del cliente. Sicológicamente, el redactor de una carta nunca debe olvidar esta recomendación.

La carta de explicación se utiliza cuando el o los reclamantes tienen la razón sobre algún punto en particular, puesto que el error es cometido por la empresa, esta debe asumir su responsabilidad. Los ajustes señalan el arreglo adecuado y mantienen la buena disposición del cliente a través de una excusa fundamentada. Básicamente, su redacción se realiza en base a los siguientes criterios:

1. Aceptación deferente de la queja.

Si el reclamante tiene la razón, le corresponde a la empresa aceptar la queja cortésmente.

2. Explicación del error cometido.

Es necesario informar exponiendo en forma exacta y honesta las causas del error, ya que de esa manera se logra convencer al reclamante de que no ha habido mala intención en los hechos que se plantean.

3. Proposición de arreglo.

La empresa debe comunicar al reclamante o reclamantes la solución total o parcial del problema expuesto, señalando la forma y la fecha en que se aplicará.

4. Expresión de buena voluntad.

Se debe concluir esta carta manifestando el pesar por lo sucedido, asegurando al consumidor que no se volverá a repetir y que se tomaran medidas para evitarlo. A continuación se presenta un ejemplo:

Estimado señor:

1º Comprendemos perfectamente la situación que usted menciona en su atenta carta del 5 del actual.

2º Justo en esta época nos hacen considerables compras y aunque su pedido de atención con fecha 25 de julio, período de vacaciones de invierno, produjo atoramiento de los despachos en la sección bodega, lo cual impidió expedirle con toda oportunidad los artículos solicitados.

3º Usted, no debe tener motivo de preocupación, por cuanto el pedido se lo despachamos el 4 del presente.

4º Sentimos mucho las involuntarias molestias causadas y confiamos en seguir atendiéndolo normalmente.

Atentamente,

b) Justificación

Las cartas de justificación se deben redactar cuando la empresa no es responsable del error planteado, Se debe persuadir al cliente de su enfoque equivocado de la situación que plantea. Una estructura básica, para la redacción de este tipo de documento, es la siguiente:

1. Replanteo de la Situación.

El redactor plantea la situación desde la perspectiva de la empresa, modificando la versión del reclamante.

2. Fundamento de la negativa.

Se exponen con exactitud y diplomacia las razones de por qué la reclamación carece de fundamento. Es preciso que la argumentación se base en hechos objetivos.

3. Proposición de arreglo amistoso.

En algunas ocasiones, ciertas empresas, para afirmar las relaciones públicas, suelen otorgar alguna franquicia extraordinaria al reclamante.

4. Expresión de buena voluntad.

El final del mensaje debe traslucir el espíritu de la organización de seguir prestando al cliente el mejor servicio.

A continuación se presenta un ejemplo de este tipo de carta:

De nuestra consideración:

1° Al efectuar el 20 del mes pasado la transacción con crédito por 20 máquinas de coser Singer, nuestra firma ha puesto especial atención al servicio que su cooperativa brinda a sus asociados, le concedió rebaja del 15% en el valor de estas afamadas máquinas.

2° Por tratarse de una estipulación del contrato general de crédito, no estimamos necesario especificar la aplicación del 5% de recargo por el saldo. Por este motivo, lamentamos no poder satisfacer su petición, puesto que dicho porcentaje corresponde a los gastos bancarios de cobranza y descuento de las letras que usted nos aceptó.

3° Sin embargo, para facilitar la solución de este problema, le ofrecemos nos firme una letra final a 30 días por los $30.000.- (Treinta mil pesos) correspondientes a los intereses.

4° Esperamos su amable acogida a esta sugerencia y le reiteramos nuestra mejor disposición.

Atentamente,

c) Recepción

Esta carta tiene como objetivo, el comunicar la recepción conforme de alguna mercancía estipulada en la carta de remisión o de respuesta a pedido. En caso de que la mercancía no haya llegado de acuerdo a lo estipulado en la carta pedido, se enviará una carta de reclamo.

La carta de recepción es de carácter breve y no se extiende en explicaciones.

La estructura de la carta de recepción es:

1. Aviso satisfactorio de la recepción de los artículos.
2. Documentación anexa: por lo general cheques en pago

Ejemplo de carta de recepción

LICEO COMERCIAL "JOSE MENEDEZ"
Magallanes 847 – Fono 243327
PUNTA ARENAS

PUNTA ARENAS, 14 de junio de 2005

Señor
Jefe de Ventas
Calzados BATA
Bories 821- Fono 243327
PUNTA ARENAS

REF.: Acusa de recibo de mercancía

Sr. Jefe de ventas

Hoy recibí a mi completa conformidad, las cuatro cajas correspondientes a mis zapatillas deportivas.

Incluyo en ésta, el cheque N° 231 a su orden $ 1.500.000 (un millón quinientos mil pesos) contra el Banco Chile.

Saluda atentamente a Ud.

LICEO COMERCIAL "JOSE MENEDEZ"

d) Reclamación

Una carta de reclamación tiene como objeto exponer una queja y solicitar la solución que se considere más adecuada. Las cartas de reclamación son comunicaciones que se envían dentro de ámbitos de compraventa, en las que, normalmente, los compradores señalan que las mercancías adquiridas no se corresponden a lo pedido o a lo cotizado.

A la hora de redactar una carta de reclamación, se han de tener en cuenta las siguientes indicaciones:

- Redacción: La carta ha de ser clara y detallada. Se debe señalar exactamente cuál es nuestra queja y aportar todos los argumentos que la justifiquen.
- Tono: Debe ser firme, pero cortés; incluso cuando sepamos que tenemos razones suficientes para reclamar, utilizaremos un lenguaje respetuoso.

- Motivos: La mayor parte de las cartas de reclamación se refiere a alguno de estos tres aspectos:

  - Reclamaciones sobre artículos. Se deben a deficiencias de calidad, al envío de productos distintos de los solicitados o al mal estado o deterioro tras el envío de alguno de los artículos demandados.

  - Reclamaciones sobre cantidades. Se producen cuando se observan diferencias entre las cantidades solicitadas y las recibidas. En estos casos, la cantidad reclamada debe quedar reflejada claramente, tanto en números como en letras.

  - Reclamaciones sobre precios. Suelen producirse debido a una suma errónea, al aumento de precios sin previo aviso, a la incorrecta aplicación del IVA... Al igual que en el caso de las reclamaciones sobre cantidades, la cifra debe quedar reflejada claramente y de forma destacada.

Tras recibir una carta de reclamación se suele contestar con una carta explicativa en la que el vendedor reconoce o no el error cometido y se indica una solución a aquella. Cuando no se acepte la reclamación planteada por el remitente, se explicará que en el problema que haya surgido no está involucrado el vendedor.

Lo que no debe incluir su carta: Expresiones poco respetuosas, sarcásticas o amenazadoras. Documentos originales. Es aconsejable adjuntar copias de boletas, comprobantes o facturas del producto o servicio por el que usted reclama.

Ejemplo de carta reclamación

Señores
Editorial Océano
Agustinas 1324
S A N T I A G O

REF.: Libros adquiridos presentan hoja en blanco.

Señores:

El 15 del presente nuestra Librería adquirió 120 textos de Redacción Comercial de Nemesio García, por un valor de $960.000.- (novecientos sesenta mil pesos) más IVA.

Recibimos el pedido dentro del plazo fijado. Sin embargo, al revisar los textos, pudimos comprobar que 15 de ellos tienen la página 30 en blanco, situación que compromete la venta inmediata de los libros, que ya habían sido encargados por un Centro de Formación Técnica de la región.

Ante esta eventualidad, solicitamos a ustedes la inmediata remesa de los textos en referencia, con el objetivo de dar cumplimiento oportuno a nuestros clientes.

Seguros de su amable disposición, saluda atentamente a ustedes,

VICENTE ALVAREZ VERGARA Jefe de Ventas.

VAV/oeh

Realice ejercitación n°5

2. REVISIÓN ESTILÍSTICA DEL DOCUMENTO

La revisión estilística centra su trabajo en el análisis de los diferentes textos y el estilo empleado en dicho documento, corrigiendo en el texto tanto los errores gramaticales (orto-tipográficos, gramaticales, semánticos) y también los fallos de redacción, tales como: repeticiones innecesarias, cacofonías, redundancias, frases confusas, etc., con ellos se conseguirá no solamente un texto correctamente escrito, sino que también pulido, eficaz y profesional.

La redacción de la documentación comercial, debe cumplir con ciertos criterios, los cuales estarán condicionados por el tipo de documento y por el receptor de dicha documentación.

2.1 Lógica y sicología en cada documento

La redacción de cualquier documento, necesariamente debe tener una intención (lo que se desea comunicar), la cual está condicionada por el tipo de receptor y una estructuración de lo que se desea comunicar.

a) La sicología

De las cuatro funciones psicológicas que postula Carl Gustav Jung, (sensación, intuición, sentimiento y pensamiento), sólo una es netamente lingüística: el pensamiento. El sentimiento es fronterizo con el campo lingüístico, y las dos otras dos son consideradas irracionales (sensación e intuición) escapan a ese campo. Esto significa que cuando se utiliza el lenguaje, actúa plenamente el pensamiento (o el raciocinio) y, en algunas circunstancias, también el sentimiento.

Por tratarse de la redacción un modo de comunicación en donde el lenguaje escrito, está basada esencialmente en la sicología. En resumen el texto escrito es fruto de una mente humana, destinado a otra mente humana.

Como realización práctica interindividual, la redacción desempeña un papel muy importante en las relaciones humanas: dentro de lo cultural, económico y social, sirve de vehículo expresivo para las más variadas necesidades del hombre. De ahí su funcionalidad, término muy moderno que contiene un evidente sentido de servicio, adaptabilidad y adecuación.

Por lo tanto, para que la redacción sea verdaderamente funcional, de acuerdo con sus objetivos en cada caso, la redacción debe basarse en la modernidad: *ha de ser un producto de la época para hombres de la época*. No se puede seguir empleando métodos en desuso, faltas de sentido actual. No es lógico escribir cartas comerciales copiando fielmente modelos de un manual y pretender obtener resultados iguales que quienes

hacen de cada escrito un "mensaje personal", según las modernas directivas de la psicología aplicada.

Es de gran importancia que la interrogante ¿Para quién?, sea una constante en el proceso de redacción de cualquier documento, es por esto que la regla de oro en las relaciones humanas se anteponga a cualquier interés personal, es decir EL ALTER antes que el EGO (es usted antes que el yo).

Para ello es necesario conocer a ese otro, a ese usted (plantearse los problemas: "¿quién es? ", "¿cómo es? ", "¿qué le interesa? " y otros similares), con el fin de abordarlo según sus posibilidades de comprensión y sus necesidades. Si se desea que la intención sea capta y asimilada, se debe hacer llegar esta intención, al o los receptores de la forma más comprensible y de fácil decodificación. En suma, la adaptación al lector es la base de la eficaz redacción.

b) La lógica

Necesariamente todo documento debe pasar por un proceso de planificación, en donde se ordenan y secuencian las ideas a exponer.

Al redactar es necesario tomar en cuenta los aspectos formales de la escritura: margen, sangría, letra legible, ortografía, organización de ideas, signos de puntuación, uso de las mayúsculas.

Previo a comenzar el proceso de redacción es necesario organizar mentalmente las ideas que se quieren expresar en el papel. Una vez ordenadas en la mente, es necesario identificar las ideas principales y secundarias, elaborando en esquema en el que se escriban en orden y de acuerdo con la importancia de cada una. Es importante el orden de una oración ya que de lo contrario resultará carente de sentido. Más aún, si no es capaz de ordenar lo que se quiere decir de una manera lógica y cuidada, el escrito perderá todo interés. Toda redacción necesita coherencia y cohesión textual.

Para la redacción de cualquier documento es necesario tener presente algunos pasos, que permiten una adecuada redacción:

1) Planificar: En esta fase debemos distribuir y organizar el tiempo del que disponemos para trabajar en el texto.

- Trazarse un plan
- Calcular el tiempo para cada etapa.
- Distribuir las fases en el tiempo del que disponemos.
- También debemos establecer qué características tendrá el texto
- Destinatario: lectores primarios, secundarios y terciarios.
- Finalidad
- Género textual

- Papel de quien escribe
- Objeto tratado
- Extensión del escrito
- Criterios de evaluación
- Se plantea el problema o tema a tratar.
- Se define un objetivo general y varios secundarios.
- Se redacta una justificación.

2) Producir ideas: En esta fase reuniremos las ideas para nuestro texto.
El acopio de ideas se puede hacer con distintas técnicas, entre ellas:

- La lista o lluvia de ideas (técnica de trabajo en donde se proponen varias ideas referentes a un tema en particular).
- El racimo asociativo
- El flujo de la escritura.
- Cada idea ocupa un renglón diferente.
- El orden es casual y espontáneo.
- Una vez que hemos elaborado la lista la ordenaremos y descartaremos lo que no tenga lugar.
- Elaborar un esquema en el que hay una forma circular que contiene el tema principal.
- Daremos forma al escrito en un esbozo, organizando jerárquicamente los elementos del contenido que formarán los apartados del texto, incluidas la introducción y las conclusiones.

3) Producir el texto: Buscaremos la información pertinente.

- Esto implica una revisión de fuentes, bibliotecas y bases de datos.
- Redactaremos párrafos.
- Pondremos en práctica la argumentación, la ortografía, la sintaxis, el estilo y la citación de autores.

4) Corregir: Se debe releer el texto creado.

- Revisamos nuestra redacción para identificar errores y lugares obscuros (poco entendibles) del texto.
- Lo corregimos tantas veces como sean necesarias para conseguir su claridad.
- Obtenemos el producto final.

5) Redacción final: Después de la revisión y la corrección debe ser escrita tomando todas las características de presentación del escrito.

Cualidades:

- Coherencia: es cuando las ideas expresadas aparecen con un orden lógico.

- Claridad: cuando las ideas se expresan en forma concisa y breve, utilizando expresiones cortas y usando en forma adecuada los signos.
- Belleza: consiste en expresar el contenido de manera agradable, atractiva, original. Se debe evitar expresiones rebuscadas.

Normas de redacción:

- Al redactar utilizar oraciones no muy largas para evitar confusiones.
- Suprimir expresiones innecesarias.
- Evitar defectos como la monotonía, la cacofonía, la asonancia entre otros.

La gramática en la redacción:

- Cuando debemos redactar un memo, un informe, o cualquier otro que requiera de un manuscrito nuestro, estos no deben tener errores ortográficos y/o fallas de redacción. Para ello es necesario conocer las reglas ortográficas, conocer el uso de los sustantivos, pronombres, adjetivos, verbos, adverbios, preposiciones, interjecciones, saber el verdadero uso de cada una de las reglas gramaticales.

Realice ejercitación n°6

CLASE 04

2.2 Calidad Total en la redacción

La Calidad Total es el resultado de las variadas transformaciones que ha sufrido el término "Calidad" a lo largo del tiempo. En una primera instancia se habló de Control de Calidad, que estaba basada en técnicas de inspección, aplicadas a la Producción. Posteriormente surge el Aseguramiento de la Calidad, fase que perseguía el mejoramiento constante de la calidad del producto o servicio proporcionado. Finalmente se ha llegado a lo que se conoce hoy en día como Calidad Total, el cual representa a un sistema empresarial que se relaciona íntimamente con un concepto de mejoramiento continuo, que integra a las dos fases anteriores. Los principios fundamentales de este sistema de gestión, son los siguientes:

- Consecución de la plena satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente (interno y externo).
- Desarrollo de un proceso de mejora continua en todas las actividades y procesos llevados a cabo en la empresa (implantar la mejora continua tiene un principio pero no un fin).
- Total compromiso de la Dirección y un liderazgo activo de todo el equipo directivo.
- Participación de todos los miembros de la organización y fomento del trabajo en equipo hacia una Gestión de Calidad Total.
- Involucración del proveedor en el sistema de Calidad Total de la empresa, dado el fundamental papel de éste en la consecución de la Calidad en la empresa.

- Identificación y Gestión de los Procesos Clave de la organización, superando las barreras departamentales y estructurales que esconden dichos procesos.
- Toma de decisiones de gestión basada en datos y hechos objetivos sobre gestión y no basada en la intuición. Dominio del manejo de la información.

La idea de la Calidad Total es proporcionar una concepción global de mejoramiento continuo en la organización que involucra a todos los miembros. Se centra en la satisfacción de los clientes internos (otras dependencias que solicitan algún producto) y de los clientes externos (no tienen vinculación con la empresa y consumen los productos de esta).

Desde el punto de vista de la redacción, la Calidad Total se enfoca en un constante mejoramiento en la producción de varios documentos, buscando satisfacer tanto a los clientes internos como externos, profesionalizando el quehacer administrativo o comercial de una institución.

2.3 Características del receptor y de la gestión

El receptor es a quien va dirigido el mensaje, la persona o personas que lo reciben y descodifican. La fuente del mensaje tiene que tener en cuenta las características del receptor al emitir su información, pero esto no siempre sucede así y, a veces, la fuente se orienta hacia ella misma al emitir su mensaje (por ejemplo, el redactor de un documento científico que escribe para personas que tienen su mismo nivel de conocimiento, aunque el documento va destinado a personas que no comprenden el lenguaje técnico empleado); hacia el mensaje (por ejemplo, cuando es experto en un tema y no es capaz de trasmitirlo adecuadamente a los receptores); o hacia el canal (preocupación excesiva por la presencia en un determinado canal). Los comunicadores eficaces son aquellos que se orientan hacia el receptor.

Al hablar sobre el receptor es importante tener en cuenta algunos aspectos, tales como los relacionados con la percepción, la exposición y la evitación selectiva. El rol de receptor supone aceptar “exponerse” al contenido de los mensajes que se envían, por lo que es importante esforzarse en comunicar mensajes que sean de interés para él. La mera presencia del receptor, por lo tanto, no garantiza la adecuada recepción del mensaje.

Una percepción equivocada del mensaje puede provocar desde la pérdida de productividad hasta grandes errores empresariales. Las empresas son hechas por personas, con diferentes perfiles, intereses y prioridades. Esto refuerza la necesidad de garantizar que el mensaje sea entendido correctamente.

Se debe entender que el receptor es quien recibe la información que se quiere comunicar, pero es solo a través del feedback (respuesta), se puede comprobar si la comprensión del receptor es correcta.

Para que la comunicación sea eficiente, el emisor debe hacer una preparación previa, centrándose en el perfil del o los receptores y el mensaje, así se asegurará que no se produzca una percepción errada.

Por otro lado se producen otras formas de expresiones unilaterales (es decir, hay solo un emisor) cuya realización puede ser oral o escrita. Es el caso de la exposición si simplemente se transmite una información.

La exposición consiste en explicar una idea o tema con el fin de ofrecer una información. Esta se puede realizar de forma oral o escrita. Una exposición presenta el siguiente orden:

- La introducción donde se presenta el tema y el porqué de su exposición
- El desarrollo de dicha exposición
- Un breve resumen final donde se incluyan las ideas básicas.

Finalmente una última característica del receptor que se debe considerar es la evitación selectiva, la cual es la manera que tiene el receptor de no ser persuadido por algún emisor. Tomando en consideración esta forma de "protección", el emisor debe tratar de establecer un contacto amistoso y cordial, para no ser descartado por el receptor.

Si se toma en consideración estas características propias del receptor, es inevitable plantear un posible escenario de trabajo, en donde la gestión estará condicionada por el tipo de receptor con el cual se pretende comunicar.

Realice ejercitación n°7

2.4 Cartas personalizadas y redacción estándar

Una preocupación constante para una empresa es la imagen corporativa que ésta tenga y como es percibida por sus clientes y futuros clientes. Son muchas las herramientas y los medios con los que se cuentan en la actualidad para poder lograr este objetivo. Si bien no todas están al alcance de la mayoría de las empresas, ya sea por su elevado coste (como la televisión), por la falta de calificación del personal o directivos, o bien por cualquier otra razón.

No cabe duda que el medio más personalizado que existe a la hora de llegar individualmente a un contacto es a través de la "CARTA COMERCIAL".

La carta comercial personalizada, pretende saludar o informar de alguna situación al receptor, se recomienda incluir el nombre y apellido de cada cliente. Asimismo, la carta comercial debe ser remitida por el gerente o máxima autoridad de la empresa y llevar su

firma, mejor aún si es de su puño y letra. A continuación se presenta un ejemplo de carta comercial personalizada:

Eugenia Rodríguez Cabrera
León y Castillo, 967, 2º D
Las Palmas de Gran Canaria

Sr. Director
CATEL, S.A.
Méndez Núñez, 123
Las Palmas de Gran Canaria
Distinguido señor:

Acabo de terminar los estudios de Administración y Dirección de Empresas, especialidad Dirección de Marketing, en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Le escribo por si necesitan a alguien de mis características en su empresa, ya que estoy deseando incorporarme al mercado de trabajo.

Como podrá comprobar en el currículo que le adjunto, he realizado prácticas universitarias en la empresa Distribución, S.A., dentro del departamento comercial, durante un periodo de tres meses, que me han proporcionado mi primer contacto con el mundo laboral. También he llevado a cabo varios trabajos sobre algunas empresas en diferentes asignaturas de la carrera. Comprobará asimismo que he realizado también varios cursos de formación complementaria.

Aunque he escogido la especialidad de Marketing, considero que todas las áreas de gestión empresarial son interesantes y se adecuan a mi formación universitaria, ya que durante la carrera he estudiado todas las áreas funcionales.

Me considero una persona trabajadora, responsable y con una alta motivación para el campo de la gestión.

En caso de que pudiera serles de interés, tendría sumo gusto en saludarle personalmente en alguna entrevista que tuviese a bien concederme.

Agradeciéndole la atención prestada, quedo a su disposición.

Las Palmas, 25 de enero de 2005

Eugenia Rodríguez Cabrera

El modelo estándar de una carta es de uso más formal, Use un formato sencillo y estándar, de los más formales, en el que todas las oraciones comiencen desde el margen izquierdo. Este formato se debe utilizar con membrete, no con una dirección de remitente en su lugar. Si no tiene membrete, puede encontrar una plantilla para membretes en la mayoría de los programas de procesamiento de texto.

Empiece escribiendo seis líneas por debajo del texto del membrete esto puede necesitar ser ajustado si su carta es larga). Escoja su alineación: puede ser hacia la izquierda o justificada en ambos lados.

Escriba su nombre en la primera línea, alineada a la izquierda, seguida por su cargo y dirección comercial (saltee este paso si utiliza un membrete, pues el mismo ya incluirá esta información).

Sáltese una línea y escriba la fecha. Si utiliza un membrete, la fecha estará en la primera línea.

Aquí se debe saltar dos líneas y escriba el nombre del destinatario, el cargo y la dirección, alineada a la izquierda. Utilice un título formal, tal como Sr., Sra. o Dr., porque se trata de una carta formal. Evita dirigirse al destinatario sólo por su primer nombre.

Siga con su saludo, otra vez utilizando el nombre formal: por ejemplo, "Estimado Sr. Pérez".

Preséntese en el primer párrafo, si el destinatario no lo ha visto recientemente. Los ejemplos: "Nos encontramos recientemente en una conferencia sobre plásticos reciclables", o "le vendí recientemente el quipo informático para su empresa".

Continúe con el cuerpo de la carta, indicando el propósito principal para escribirle. Esto puede ser desde trasladar una queja hasta finalizar un negocio, pasando por solicitar información sobre productos o servicios, entre muchas otras opciones. Sea tan conciso como le sea posible.

Se debe saltar dos espacios y concluya la carta con "Sinceramente", "Gracias" o "Los mejores deseos," seguido por una coma.

Deje cuatro líneas en blanco para su firma, y entonces escriba su nombre y cargo. Una vez impresa la carta, firme la carta con un bolígrafo en ese espacio de cuatro líneas. Algunas personas prefieren centrar la fecha y los saludos finales, en vez de alinearlos a la izquierda.

Intente mantener la carta en una página. Generalmente, una carta corta obtendrá una respuesta más rápida que una larga, donde se divague demasiado en lugar de ir al grano.

Corrija su puntuación, deletreo y gramática para tener un texto perfecto. Utilice la función de corrección de textos de su procesador, o recurra a alguien que le corrija la carta antes de enviarla.

Por último, tenga en cuenta que sin importar cuán enojado pueda estar, debe tratar de no mostrar su cólera en la carta, pues es mucho más probable que obtenga respuesta si se mantiene cortés.

La Carta comercial es un medio que en si mismo ya tiene demostrada su eficacia desde tiempos anteriores cuando no estábamos en la era de Internet, y hoy en día se sigue utilizando como medio indispensable de comunicación pues alberga muchas características que no poseen otros medios, y puede ser la imagen inicial de nuestra empresa para contacto con futuros cliente.

2.5 Herramientas para la variedad y mejoramiento continuo

El manejo de la información al interior de una empresa permite un funcionamiento eficiente y oportuno de todas las áreas de esta.

Una buena gestión de la información favorece la obtención de los objetivos que la empresa se traza anualmente.

Todos los empleados de una empresa necesitan de ella para poder realizar su trabajo diario. Por eso, tenerla a mano, saber dónde buscar y contar con las herramientas adecuadas favorecen una mejor consecución de resultados. Se debe tratar de no caer en el error de que “información” lo es todo. Son los sucesos de relevancia cuya comunicación a un grupo de individuos puede ser de interés, ya sea para una toma de decisiones o para conocer la situación del entorno. Discriminar qué es información y qué no –para luego comunicarla al público correspondiente– es una buena manera de comenzar a administrar la información dentro del contexto de la empresa.

Para identificar qué es información y qué no, se puede clasificar la finalidad que persigue. Puede producirse por interés propio, por ejemplo para dar a entender una determinada imagen en su entorno, o por exigencias impuestas, formales o no, por los agentes económicos que tiene intereses en la empresa. Dentro de este último epígrafe podríamos incluir:

- Información obligatoria económico-financiera.
- Información institucional hacia agentes con los que opera, tales como entidades financieras, accionistas, proveedores, etc.

En cuanto a la información derivada del propio interés en establecer una imagen, podríamos considerar:

• Las actividades de relaciones públicas.
• La publicidad y la promoción en el ámbito de marketing, tanto
• La comunicación a nivel interno.

¿Qué se necesita para una correcta gestión?

Los especialistas recomiendan que un departamento se encargue de la gestión interna de la información. Eso es, en muchos casos, tarea del departamento de Recursos Humanos, aunque otras empresas prefieren que este menester lo realice el departamento de Comunicación. Mantener a los empleados al tanto de lo que sucede en la organización es una manera de reducir la incertidumbre, de dar más tranquilidad. Gestionar la información en los momentos de crisis es tanto o más importante, porque de esa manera se evitan rumores indeseables que, como todo rumor, la repetición hacen que se tornen realidad. Y muchas veces (por no decir casi todas) los rumores son falsos o exagerados. Por todo esto, proporcionar la información adecuada, decir lo justo e importante dejando de lado lo trivial, y comunicarlo a las personas correspondientes (las que le van a dar uso) es la forma correcta de gestionar la información interna.

¿Qué finalidad persigue la gestión de la información en el aspecto interno?

La gestión de la información sirve para disminuir las barreras en la comunicación. Cuanto más grande es una empresa, más barreras existen y, por tanto, más coordinada debe estar su comunicación. Comunicando se persigue el objetivo de que todo el personal apoye el proyecto empresarial y sea aquello que una al conjunto de la compañía: sus objetivos, su misión, sus medios, su personal y sus mandos jerárquicos. Con una correcta gestión de la información se consigue:

• La implicación de las personas. Permite un mayor conocimiento de la empresa, así como las novedades que acontezcan. Se reduce la incertidumbre, la angustia y el estrés. Además, se da a entender que se valora al receptor, lo integra, reconoce su lugar dentro de la organización y refuerza la cohesión grupal.

• La armonía de las acciones de la empresa. Facilita el cumplimiento de los objetivos generales: una empresa que informa a todo su personal aquello que acontece, y lo informa sin hacer diferenciaciones, ayuda a que todos sus componentes vayan hacia la misma dirección.

• Un cambio en las actitudes. Tanto en momentos de crisis como de éxito, la comunicación permite que se asimilen las modificaciones y favorezca el cambio cultural. Por ejemplo, comunicar a todo el personal una noticia positiva como la compra de una nueva empresa, o incluso el descenso de las ventas, integra al receptor con los resultados de la empresa y lo predispone para aceptar las nuevas directrices.

• Y un aumento en la productividad. La comunicación interna, en este caso relacionada más al aspecto formativo, también contribuye a mejorar la calidad del trabajo del

empleado: instrucciones, procedimientos y normas favorecen la optimización de tiempos y recursos.

Además, sensibiliza al personal respecto a los objetivos de rentabilidad de la empresa. Por ejemplo, la instauración de grupos de mejora incrementa la productividad del empleado y a su vez aumenta la implicación e identificación con la empresa.

- Comunicación interna

Para que toda la comunicación interna sea coherente, vaya en una misma dirección y se relacione directamente con la comunicación externa, se ha de establecer un cimiento que lo soporte todo: el plan de comunicación interna. Este plan es la clave para gestionar correctamente la información corporativa, aquella que está relacionada con los mensajes que desde la empresa se emiten al exterior.

Este plan permite determinar objetivos de comunicación basados en la propia misión de la empresa. En su diseño deben estar implicados varios departamentos. Primeramente, la dirección general es quien tiene que determinar los lineamientos más importantes, quien marca el camino a seguir y que luego los departamentos involucrados se encargarán de desarrollar de acuerdo a su especificidad. ¿Qué departamentos se recomiendan que participen en el establecimiento del plan?

• Recursos humanos. Por tratarse del departamento que gestiona el desarrollo de la comunicación interna, el fomento de la formación y de planes de motivación es quien conoce el día a día de los empleados, y quien más pautas puede dar al plan para amoldarlo a la realidad, a la práctica y al pulso cotidiano de la organización.

• Comunicación. Generalmente, los departamentos de comunicación no sólo tienen incidencia en el diseño de los mensajes externos, en ser el contacto con las agencias de publicidad y colaboradores externos, sino que también, por contar con personas especializadas en comunicación, se encarga de determinar criterios generales de comunicación interna. Es el encargado de establecer las pautas más técnicas, quien aporta definiciones, símbolos, identidad y creatividad.

• Marketing. Es el departamento que más incidencia tiene en la creación del plan, por ser el de mayor experiencia en el diseño de procedimientos estratégicos. Su importancia puede aumentar, además, porque muchas empresas no tienen departamento de comunicación, pasando a cumplir estas funciones el departamento de marketing o sub departamentos dependientes. De acuerdo a los presupuestos, se dedicará a determinar ciertas herramientas para el desarrollo del marketing corporativo de forma interna.

• Comercial. Es lógico que el departamento comercial también participe en el diseño del plan de comunicación interna, ya que la red comercial es una de las piezas clave de toda empresa y, por tanto, es básico que sean fieles y se identifiquen con ella. Por su

naturaleza, las aportaciones del departamento comercial se centran más en la motivación de su personal, en los programas de incentivos y en la formación permanente.

Aunque estos son los departamentos que más incidencia tienen en la creación del plan, por supuesto que cualquier colaborador con iniciativa o buenas ideas ha de ser escuchado, y sus aportaciones bien recibidas. La empresa debe dotar a su personal de las herramientas necesarias para que puedan hacerlo.

La esencia del plan de comunicación interna es un indicio del espíritu y los valores de la empresa, de aquello que prioriza y aquello que deja en segundo plano. De su implantación se deduce la política de recursos humanos y cuánta importancia se le da a la comunicación. Un plan de comunicación interna establece:

• La política en los flujos de comunicación. Una empresa puede darle más preponderancia a la comunicación vertical o a la horizontal. En el primer caso se trata más de una empresa rígida, con estructuras muy escalonadas y jerarquizadas. Hay demasiada división de tareas y el ascenso o una petición hecha por un colaborador ubicado debajo de la pirámide se hacen muy difíciles. La tendencia actual señala que una empresa organizada de esta manera no favorece el intercambio de idea entre las diferentes jerarquías. Por ello, el plan de comunicación interna también determina, en cierta manera, si la empresa desea ser versátil o rígida, vertical u horizontal. Un ejemplo concreto de organización horizontal son las empresas de tecnología o Internet, algo lógico para una organización cuyo entorno cambia de manera constante. Los mandos superiores e inferiores deben trabajar a la par, sin demasiados, así sea grande o pequeña. Microsoft es un fiel ejemplo de ello.

• Las herramientas. Por más que se tenga una estrategia planificada y bien coordinada entre departamentos, si no existe una infraestructura efectiva y eficiente, el plan de comunicación interna no sirve de nada. Las herramientas a proporcionar pueden ser orales, escritas y audiovisuales. De todas maneras, se tengan o no los recursos suficientes, siempre hay un factor que no puede faltar: la voluntad. Las reuniones periódicas, la escucha y atención de las peticiones ya son una manera de proporcionar herramientas para la comunicación interna. Pero hoy la tecnología es determinante: quien no cuenta con ella para el diseño del plan tendrá mucho menos éxito del esperado.
Para una buena coordinación, los departamentos involucrados deberán definir un encargado de gestionar las herramientas, actualizarlas, solucionar problemas y tomar iniciativas. Lo recomendable es que sea, al menos, un representante de cada departamento.

El presupuesto que se asigna al desarrollo de herramientas de comunicación interna también es un indicio sobre la política, la misión y la cultura de empresa.

• La identidad. La cultura empresaria, la identidad verbal, la simbología gráfica, el logotipo, la identidad cromática, la misión, la infraestructura de la empresa… Todo esto, que Joan Costa llama los vectores de identidad, vale tanto para la comunicación interna como para la externa. Si es que estos vectores ya han sido establecidos de antemano, el plan de comunicación interna debe respetar ciertas pautas y proponer otras relacionadas con su función, como por ejemplo determinar definiciones iguales para ser usados por todos los

colaboradores, y evitar así los mensajes fragmentados. Por el contrario, si cuando se crean estos vectores al mismo tiempo se establece el plan de comunicación interna (algo que suele suceder en las empresas de nueva creación que planifican correctamente su comunicación, asesorados por agencias o expertos), tendrá estrecha relación con la constitución de la identidad de la empresa. Esta última posibilidad es la más recomendable, ya que si todo parte de un mismo punto, todos los elementos tendrán mucha más coherencia.

• Programas de motivación. Es cierto que mantener informados a los colaboradores de la empresa, darles voz y proporcionarles herramientas para que se comuniquen es una manera de aumentar la motivación. Cuando la empresa establece las estrategias de motivación de sus colaboradores, el plan de comunicación debe tener mucha relación en ello. No sólo para comunicar cuáles son las maneras de motivar, sino también para ayudar a determinar esos mismos programas.

• Formación. Los planes de formación son, en cierta manera, parte de la motivación. Incentivar a mejorar el nivel educativo en el empleado, su especialización y estimular el conocimiento de las nuevas tendencias, hace que el empleado tenga ganas de aplicar lo aprendido en el trabajo, se motiva y produce más y mejor. Un seguimiento permanente de la formación –tarea que debe llevar a cabo el departamento de Recursos Humanos– es indispensable para saber el impacto y la efectividad de los cursos.

La estructura en la que se asienta el plan de comunicación interna son las herramientas con las que se cuenta. Para una adecuada gestión es bueno conocerlas, y también determinar quién puede hacer uso de ellas y cuál es el momento adecuado para emplearlas. A continuación enumeramos los canales de comunicación habituales en una organización, que permiten una correcta gestión de la información

- Herramientas de comunicación que promueven la variedad en el plan de comunicación interna

¿Dónde y cómo propagar la información que se quiere compartir? Hoy la tecnología nos permite disponer de un gran abanico de posibilidades. Los soportes electrónicos y audiovisuales, junto con los sistemas de impresión masivos, son herramientas que permiten comunicar a un gran número de personas. Actualmente se puede explicar un tema complejo con atractivas diapositivas de PowerPoint. O también, toda la empresa puede estar enterada de una novedad gracias al correo electrónico, el heredero del antiguo memorando. Otros soportes del cual se vale la empresa para comunicar son:

- Canales escritos.

• Intranet. Es un sistema de comunicación interna a través de la red Internet. Se trata de una página web a la que sólo tienen acceso los colaboradores de la empresa. Tiene la ventaja de la actualización diaria, la inmediatez y la posibilidad de recibir un feedback inmediato. Sin embargo, para su óptimo aprovechamiento es necesario dotarla de recursos humanos y tecnológicos que permitan una actualización diaria. Las grandes corporaciones tienen un departamento que sólo se dedica a recoger la información de toda

la empresa y difundirla en la página de Intranet. Una de las desventajas de este canal es que sólo pueden acceder a ella las personas que tienen computadora.

• Boletín informativo. Es una publicación de carácter mensual, bimestral o trimestral que da a conocer las novedades de la empresa. Se publica en formato digital (PDF) o impreso. Es importante que este medio respete la periodicidad que se propone desde el principio, ya que de otro modo los receptores pierden el interés o se olvidan de él.

• Correo electrónico. Actualmente, el canal de comunicación interno "estrella". Aunque sólo disponible para usuarios de ordenador, sus ventajas radican en la inmediatez, en la posibilidad de compartir archivos y en el uso de otras funciones, como el calendario, la convocatoria a reuniones y la agenda. Por contrapartida, su uso desmedido genera una despersonalización que no favorece las relaciones humanas, porque muchas veces se envía un e-mail para comunicar algo que sería mejor decirlo personalmente o, a lo sumo, por teléfono. El correo electrónico tiene la desventaja de la ambigüedad. El consejo es no abusar de él y usarlo cuando sea estrictamente necesario.

• Buzón de sugerencias. Es una herramienta que favorece la comunicación ascendente, esto es, aquella que comunican los estratos menores de la empresa a los superiores. Su fin altruista es evidente, pero si no se incentiva a su uso cotidiano puede caer en el olvido. Para ello, es conveniente motivar a los empleados a participar a cambio de algún sorteo o de una bonificación salarial a la mejor propuesta o a aquella que haya sido implantada.

• Encuestas de actitudes. Sondeo en el que los mandos pueden conocer la opinión que de ellos tienen sus subordinados. Debe ser anónima, preferentemente con predominio de preguntas cerradas y que tenga una periodicidad que se respete. Ignacio Gil en La nueva dirección de personas en la empresa recomienda que su regularidad sea anual.

• Organigrama. Da a conocer la estructura de la empresa, desde los mandos superiores a los inferiores. Existe el caso de empresas que son reacias a publicar su organigrama, incluso de manera interna, debido a cuestiones estratégicas. Para evitar suspicacias, lo mejor es que esté disponible para todos los colaboradores, y que se renueve cada vez que exista algún cambio de personal. Actualmente se está imponiendo el uso de organigramas interactivos, disponibles en formato digital, en el que es posible conocer el currículo de cada empleado junto con su fotografía. Es una manera de facilitar la tarea de los colaboradores y de favorecer la interrelación entre ellos, máxime si se trata de una compañía grande.

• Tablones informativos. Son las clásicas pizarras que se utilizan para fijar novedades, anuncios, búsquedas, noticias sociales, etc. Para optimizar su uso, lo mejor es colocar un tablón en cada planta del establecimiento y determinar un encargado que se dedique a pegar, quitar y hacer cumplir los lapsos de publicación.

• Manuales de procedimiento o formativos. Creados para optimizar ciertas actividades del trabajo diario, y con un uso eminentemente formativo, los manuales de procedimientos proporcionan pautas para estandarizar tareas y de esa manera, optimizarlo y hacerlo más

productivo. Deben estar acompañados de cursos de formación y de apoyo permanente con especialistas en recursos humanos, caso contrario su incidencia en la mejora del trabajo es mínima. Muchas empresas también tienen guías de bienvenida para los nuevos empleados: con esto se facilita el ingreso a la empresa –momento relativamente difícil para un nuevo empleado-–, se mejora el conocimiento sobre ella y es un elemento que el nuevo colaborador puede leer cuantas veces quiera para despejar dudas.

CLASE 05

- Herramientas de comunicación para efectuar el plan de comunicación interna

• Libro de estilo. De todas las herramientas escritas, ésta es la más compleja, ya que debe redactarse especialmente para la empresa, y en la aprobación de su contenido han de intervenir varias personas, generalmente de los mandos superiores. Se trata del manual de procedimiento de las comunicaciones de la empresa. Regula aquellas que se efectúan en el resto de canales, tanto escritos como orales y audiovisuales. Su objetivo es establecer pautas precisas de comunicación para establecer criterios comunes. Además, es una herramienta que ayuda a la búsqueda de datos de la empresa en general, porque también cumple la función de compendio de información referente a ella. Un elemento en el que puede estar todo lo que permita facilitar la comunicación, desde las ventajas sociales del empleado, la misión y la definición de la empresa, consejos de escritura, de ortografía, e incluso consejos para la aplicación de la marca. Como un manual de procedimiento, la publicación de un libro de estilo también debe estar acompañada de cursos de formación y de un asesoramiento permanente, para un óptimo aprovechamiento.

- Canales orales.

• Reuniones departamentales. Aquellas que se organizan entre miembros de un mismo departamento, para tratar temas de trabajo o para solucionar inconvenientes de poca importancia sin que medien miembros de los cargos superiores.

• Reuniones interdepartamentales. Las que se organizan entre miembros de dos más departamentos. Aunque también se montan con fines laborales, su uso es frecuente para incentivar la interacción entre áreas, y para conocerse y mejorar las relaciones, especialmente si se trata de dos departamentos que trabajan en conjunto. Las reuniones informales (organizadas en otro ámbito que no sea en la empresa) facilitan la interrelación y provoca una reunión más amena.

• Reuniones de los responsables de departamento. Reuniones de “comunicación descendente” en las que los cargos superiores comunican novedades del departamento o la empresa, presenta nuevos proyectos, pide feedback sobre el trabajo diario o la gestión de sí mismo.

• Grupos de proyecto. Actividades o reuniones destinadas a impulsar nuevas iniciativas en la empresa, para optimizar recursos y resultados. En estos grupos suele haber gente de

diferentes departamentos, ya que se requieren de distintas competencias para llevarlo a cabo. Por ejemplo, en una empresa telefónica se quiere implantar un nuevo servicio de Internet por ADSL. Para ello se requiere la participación de técnicos en telefonía y electrónica, analistas de sistemas, licenciados en gestión de empresa, abogados, publicistas, etc.

• Grupos de mejora. Son grupos especialmente creados para la búsqueda de soluciones a los problemas que surgen diariamente, especialmente los inconvenientes pequeños. Es una especie de comité que se preocupa de resolver pequeñas cuestiones, desde la compra de lamparitas para las oficinas hasta la redacción de una propuesta para actualizar el software de la empresa. Suele estar compuesto por colaboradores de cargos medios e inferiores.

- Canales audiovisuales.

• Diapositivas. Las tradicionales transparencias han dado paso a las prácticas presentaciones de PowerPoint proyectadas a través de un cañón hacia una pantalla. Por su versatilidad, son muy prácticas para presentar nuevos proyectos o para mostrar resultados. Permite incluir imágenes, sonidos e incluso videos.

• Cintas y videos. Herramientas de apoyo, generalmente con fines formativos, muy útiles por su carácter didáctico. Se capta mejor la atención de la persona y puede estar apoyado con material bibliográfico o evaluaciones. También se utilizan en la presentación de proyectos y resultados. Todas estas herramientas deben ser reguladas por el departamento de Recursos Humanos y el de Comunicación en conjunto, si existen ambos en la empresa.

Realice ejercitación n°8

3. FORMATOS HABITUALES

Una gran parte de las comunicaciones que realiza las empresas, tanto interiores como exteriores, se hace a través de documentos escritos.

Existen una gran variedad de documentos comerciales, que responden a cada una de las necesidades de la empresa, así como diferentes interlocutores, o receptores tenga este documento.

En ellos queda precisada la relación jurídica entre las partes que intervienen en una determinada operación, o sea sus derechos y obligaciones. Por lo tanto, constituyen un medio de prueba para demostrar la realización de los actos de comercio. Constituyen también el elemento fundamental para la contabilización de dichas operaciones. Permiten el control de las operaciones practicadas por la empresa o el comerciante y la comprobación de los asientos de contabilidad.

Cada documento comercial tiene un fin determinado, pero sin lugar a dudas el más usado es la carta comercial, enfocada a diferentes fines dentro de la empresa. Otras comunicaciones breves y documentos que intercambian los organismos e instituciones públicas son: circulares, memorandos y oficios.

3.1 Como se deben ver los documentos.

El uso correcto de los estándares de un documento es muy importante cuando se diseñan documentos en papel. Existen reglas que regulan el tamaño del papel, los márgenes y fuentes y provee guías para la construcción de los documentos de papel. Asegura que los documentos son compatibles con los equipos de impresión y comunicación.

Aunque es evidente que el empleo de las nuevas tecnologías: internet, intranet, videoconferencias, etc. ha desplazado a determinados documentos que tradicionalmente se soportan en papel, no podemos olvidar ni obviar la importancia que tiene la carta comercial a la hora de mantener contactos y relaciones comerciales.

Desde el punto de vista de un profesional, conocer los aspectos que rodean a este documento escrito, sus formatos, sus normas, etc. dará un valor añadido a todo profesional que se precie.

Estilos y disposición de una carta comercial.

1. Estilo Bloque Extremo: es el estilo más sencillo y cómodo de utilizar ya que todas las líneas se escriben comenzando en el margen izquierdo del papel. Con este estilo siempre se escribe a espacio sencillo; entre cada párrafo se dejan dos espacios verticales.

Ejemplo carta bloque extremo

Santiago, 14 de junio de 2003
Manuel Montt 367

A la atención del Sr. H. Riveros
SANTIAGO DE CHILE

Asunto: Invitación a charla

Distinguido Cliente:

Me contacto con Ud. para anunciarle sobre la charla que se realizará el día 21 de junio de 2003, a las 15 hs. en nuestro auditórium, que brindará el reconocido autor de varios libros

sobre managment, el señor Tom Peters.

La charla consistirá en los siguientes tópicos: "el saber escuchar", "escuchar no es oír", "¿en qué consiste escuchar?" y "saber escuchar = más productividad".

Esta invitación es sólo para nuestros más exclusivos clientes, es por ello, que esperamos contar con su presencia.

Saludo a Ud. Atentamente

Pamela A. Ritchie
Gerente General

2. Estilo Bloque: muy similar al anterior, aunque con algunas diferencias, así por ejemplo, la línea de la fecha, la de despedida, la de antefirma y las de firma se escriben comenzando desde el centro horizontal del papel.

Ejemplo carta comercial estilo bloque

Santiago, 2 de marzo de 2011

Señor José Antonio Abreu
Avda. Los Leones 235
Santiago

Apreciado amigo:

Las buenas relaciones que esta empresa siempre ha mantenido con usted, es el aval que me autoriza a solicitar un plazo de un mes para el pago de la factura que vence el día 30 de marzo.

La situación difícil por la que pasa el mundo empresarial me ha obligado a realizar un arreglo y reacondicionamiento a la tienda, lo cual me ha traído gastos superiores a los que estaban previstos.

Tenga la seguridad de que sabré reconocer la atención que tenga a bien dispensar a esta solicitud.

Atentamente,

Mario C. Linares
Gerente General

3. Estilo Semibloque: es el estilo más elegante y de hecho, es uno de los más utilizados en áreas comerciales. Este estilo mantiene las mismas características del estilo bloque pero cada párrafo comienza dejando una sangría de cinco a diez espacios.

Ejemplo carta comercial estilo semibloque

Santiago, 2 de marzo de 2011

Señor Eladio Aguilera
Amunategui 680
Santiago

Estimado señor:

Con el transporte "MRW" nos complace despacharle en esta fecha 500 muñecas "Bebé querido" y 300 "Sirenas", de acuerdo a su pedido del 20 de febrero.

Esperamos que al recibo del mencionado despacho cuente usted con una considerable demanda del producto, que se ha venido imponiendo en las principales jugueterías del país.

Atentamente,

Juan H. Garcés Milano
Gerente de Ventas

4. Estilo Sangrado: tiene algunas diferencias con respecto al anterior: cada una de las líneas de la dirección, excepto la primera, lleva una sangría de cinco espacios en relación con la anterior. De idéntica forma se hace con la despedida, la antefirma, las iniciales y la firma.

Ejemplo carta comercial estilo sangrado

Santiago, 10 de marzo de 2011

Señor Juan J. García
Lira 555
Santiago

Estimado sr. García:

Agradecemos su pedido núm. 654, del 20 de enero, por 20 docenas de camisas "Trilax". Una demanda inesperada de camisas, ha agotado la existencia en nuestros almacenes y sólo tendremos disponibilidad de éstos artículos dentro de 20 días.

Por lo tanto le sugerimos la sustitución del pedido en referencia por la marca “Gealuz” o en su defecto, la postergación de su despacho hasta el 2º de abril.

Esperamos su confirmación antes del 30 de marzo, a fin de atenderle con prontitud y esmero.

Atentamente,

María Guevara Hidalgo
Gerente General

- Encabezado: Parte superior de la carta que inicia el escrito de una carta. Se compone de los siguientes apartados:

- Membrete: Se indicarán los datos del remitente, es decir, quien envía la carta. Deberá de indicarse el nombre completo, cuando es una persona física, la Razón Social, cuando se trata de una empresa, la dirección, el teléfono, fax, dirección Web, correo electrónico, logo de la empresa, etc.

- Destinatario: Se deberán indicar todos los datos de contacto de la persona física o jurídica a quien se dirige la carta. Existen dos formas posibles de hacerlo:

- Cuando la carta se le envía a una persona concreta:

Sr. Manuel Carrasco López
Sub director empresas ALCATEL
Teatinos 212
Santiago

- Cuando la carta, a pesar de no enviarla a una persona concreta sí que deseamos hacer constar los datos de la persona que debería leerla primero

EMPRESAS ALCATEL
A la atención del Sr. Manuel Carrasco López
Sub director
Teatinos 212
Santiago

- Fecha: Se indicará la fecha en la que se ha escrito la carta. El día se indicará en número, el mes en letra y el año completo en números sin colocar el punto de separación de los millares, tampoco se pondrá el punto al final.

Por ejemplo: “Santiago, 25 de septiembre de 2010”o “Santiago a 24 de octubre de 2010”.

- Referencias: Permiten la identificación del asunto de la carta por medio de abreviaturas, habitualmente compuestas por caracteres alfa numéricos. Las referencias solemos encontrarlas en, por ejemplo, lo anuncios de trabajo cuando una determinada empresa pone un anuncio con varias ofertas de trabajo, a cada una de ellas le indican una referencia que el candidato deberá añadir en la carta, de esta forma, a su recepción será más fácil identificarlas por asuntos.

Algunas fórmulas usadas son:

S/Ref. (Sus referencias): Permite al destinatario identificar la carta o el expediente correspondiente a la carta recibida.

N/Ref (Nuestras referencias): Identifica la carta o el expediente.

- Asunto: Se indicará de forma breve el asunto sobre el que versa la carta.

- Línea de atención: Se suele utilizar para indicar que la carta vaya dirigida expresamente a una determinada persona o departamento aunque en la dirección se haya indicado la dirección de la empresa. Se suelen usar fórmulas como: “A la atención de” seguida del nombre completo o el cargo de la persona a quien nos dirigimos.

Por ejemplo: *A la atención del Sr. Luis Almuna Martín o A la atención del Dpto. Recursos Humanos.*

- Saludo: Permite comenzar la carta de una forma cortés, para ello debemos usar freses breves.

Por ejemplo, si conocemos al destinatario podremos usar: “Estimado Sr. Díaz”, “Estimado José Luis”, “Apreciado Rafael”.

Si se desconoce al destinatario, bastará con: “Estimado Sr.:”.

Cuerpo

Parte clave de la carta, ya que en ella es donde se expone el motivo de la misma (motivos comerciales, de reclamación, de información, de quejas, etc.).

La exposición deberá ser clara, sencilla y precisa, sin rodeos. Es necesario que antes de su redacción tengamos una idea clara de aquello que pretendemos exponer exponiendo las ideas de una forma estructurada para que el destinatario no se pierda en el mensaje. Se divide en tres partes:

1. Introducción: Parte inicial donde se iniciará la carta y se captará la atención del destinatario.
2. Exposición: Parte central donde expondremos el contenido del mensaje.
3. Conclusión: Parte última, permite concluir la carta.

Consejos con respecto al cuerpo de la carta

- Lo ideal es que una carta trate un único asunto, pero hay veces que no queda más remedio que la carta contenga varios, en ese caso, deberán ir tratados en distintos párrafos o puntos con el objetivo de no mezclar los mismos.

- Debemos usar frases en positivo, tener claro la estructuración de las ideas, plasmar en un lenguaje correcto y sencillo aquello que deseamos transmitir, no dar rodeos innecesarios a aquello que se desea explicar. Si la carta no es personal o confidencial, podemos pedir que algún compañero la lea y nos ofrezca su opinión antes de enviarla.

- Es necesario corregir la ortografía y las expresiones gramaticales. Pondremos un especial cuidado a las preposiciones, estas, mal usadas cambiarán el sentido de la frase, por ejemplo: “este pedido se generó en FICASA” o “este pedido se generó para FICASA”.

Consejos relacionados al formato

- Debemos establecer márgenes de 3 cm a ambos lados de la carta. El tipo de letra será Times New Roman o Arial en un tamaño de 11 o 12, con excepción de la referencia o el asunto en el que se podrá usar un tamaño 10.
- Se podrá sangrar la primera línea del párrafo a 1 ó 1,25 cm, de esta forma, se verán mucho mejor los párrafos del documento.
- Es recomendable justificar los párrafos aunque hay cartas cuya alineación de los párrafos son a la izquierda.
- Cuando el texto de la carta no ocupa demasiada extensión, con el fin de repartir el texto en el documento podremos dejar los espacios entre líneas (interlineado) doble o a 1,5 cm, además, se facilita la lectura.
- Si deseamos destacar alguna frase o palabra concreta, usaremos la letra negrita y no el subrayado.
- Evitaremos el empleo de abreviaturas como Sr/Sra., emplearemos, Señor/Señora.

A continuación vamos a mostrar dos ejemplos donde podrá comprobar a simple vista la importancia que tiene el correcto formato de una carta, en el primer ejemplo

encontrará una carta con formato: texto justificado, márgenes, sangrado de la primera línea del párrafo, espacio entre líneas a 1,5 cm, reparto del texto, etc. El segundo ejemplo, a pesar de ser la misma carta, la presentación es peor por no respetarse todo lo anteriormente citado.

Ejemplo carta con formato

En Madrid a 1 de noviembre de 2009

A la atención del Dpto. RR. HH.

Estimados Señores:

En cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 49.1, d), del Estatuto de los Trabajadores y 25 del vigente Convenio Colectivo en materia de preaviso, pongo en su conocimiento mi intención de dar por extinguido el contrato y por consiguiente la relación laboral con esta empresa el próximo día 1 de diciembre de 2009.

Lo todo ello, le notifico con los 15 días de antelación preceptuados, y con el ruego de que para dicha fecha, tengan preparada mi liquidación y un certificado acreditativo del tiempo de servicios prestados en la empresa así como clase y categoría y el trabajo desarrollado.

Sin otro particular que comunicarle, atentamente,

Fdo.: José García López

Formato carta sin formato

A la atención del Dpto. RR.HH

Estimados Señores:
En cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 49.1.d), del Estatuto de los Trabajadores y 25 del vigente Convenio Colectivo en materia de preaviso, pongo en su conocimiento mi intención de dar por extinguido el contrato y por consiguiente la relación laboral con esta empresa el próximo día 1 de diciembre de 2009.

Lo todo ello, le notifico con los 15 días de antelación preceptuados, y con el ruego de que para dicha fecha, tengan preparada mi liquidación y un certificado acreditativo del tiempo de servicios prestado en la empresa así como clase y categoría y trabajo desarrollado.

Sin otro particular que comunicarte, atentamente,

Fdo.: José García López

Cierre

Es el texto con el que se concluye la carta, en ella podremos distinguir los siguientes apartados:

- Despedida: Fórmula de cortesía con la que despedimos la carta, ésta, deberá ir en consonancia con la fórmula usada en la cabecera o encabezado. Algunas fórmulas empleadas son:

1. Atentamente o Cordialmente.
2. Le envío un cordial saludo.
3. Reciba un cordial saludo.
4. Reciba un atento saludo.
5. Estamos a su disposición.
6. Aprovecho la ocasión para saludarle atentamente.
7. Se despide atentamente.
8. Un saludo.
9. Sin otro particular
10. En espera de sus noticias

Debemos evitar utilizar otras fórmulas obsoletas o demasiado recargadas que en su momento fueron utilizadas, como por ejemplo

- Dios guarde a usted muchos años.
- Me despido de usted, reiterándole mi amistad y consideración.
- Quedo a sus pies.

Firma

Es importante que una carta vaya siempre firmada, la firma da autenticidad al la misma y lo que es más importante, la valida jurídicamente, por todo ello, debajo de la fórmula de despedida (unas cuatro líneas por debajo), se deberá indicar el nombre y la firma manuscrita (aunque en ocasiones ésta suele ir impresa) que se situará por encima del nombre del firmante.

A menudo la persona firmante de la carta puede delegar o autorizar la firma de la misma a otra persona que la representará en su nombre, en ese caso se indicarán las abreviaturas: P.O. (por orden) o P.P. (por poder).

- Adjuntos o anexos: Cuando a una carta la acompañan otros documentos, por ejemplo, factura, catálogos, etc., se indicará los documentos que acompañan a la misma en el adjunto o anexo de la cata, indicando siempre el número de documentos anexos o las páginas de los mismos para que en caso de extravío podamos cotejar todos los datos.

- Posdata: Se utilizará para recordar un hecho importante, ésta deberá ser breve y se suele abreviar con la palabra: PD.

Otros documentos

- Circular: Comunicación interna o externa de carácter general informativa o normativa, con el mismo texto o contenido, se utiliza para dar a conocer actividades internas de la Institución, así como las normas generales, cambios, políticas y asuntos de interés común. Las circulares internas se elaboran en papel tamaño carta sin o con papel con membrete y logotipo, y las externas se deben elaborar siempre en papel con membrete y logotipo.

- Márgenes: Superior 5 cm., Izquierdo 4 cm., Inferior y Derecho 3 cm.

- Paginación: Se escribe el número de página entre dos y tres centímetros del borde superior de la hoja, contra el margen derecho. De dos a cuatro interlíneas debajo del número de página se escribe el primer párrafo de la(s) página(s) subsiguiente(s).

Partes de la circular

- Encabezado: Se escribe centrado, con mayúscula el nombre de la dependencia, empresa o persona que la está mandando, sólo para circulares internas. No se hace necesario el encabezado en circulares externas debido a que se imprimirá en papel membretado.

- Título y número: Título ¨CIRCULAR¨, centrado, en mayúscula sostenida sin negrilla y el número consecutivo de la misma, (Número consecutivo es independiente para internas y externas e inicia con 001 cada año).

- Código: Números que identifican la dependencia productora. Al margen izquierdo se escribe el código de la serie y/o subserie al cual corresponde la circular interna o externa según sea el caso, separando estos dos números con un punto.

- Ciudad y fecha: Para circular interna: Escriba ciudad, seguida de coma (,) se escribe la fecha. Si corresponde a una circular externa la fecha la inscribirá el Grupo de Correspondencia y Archivo, mediante el radicado impreso en esta dependencia.

- Destinatario: Nombre de los cargos, grupos de personas naturales o jurídicas, etc. a quienes va dirigida la comunicación (mayúsculas sostenidas).

- Asunto: Constituye la síntesis de la circular, expresado máximo en 6 palabras, con mayúscula inicial y sin subrayar.

- Texto: Se escribe a una línea entre renglones y a dos entre párrafos. Redactar el texto en forma clara, breve, directa, sencilla y cortés y tratando solo un asunto por Circular.

- Despedida: Expresión de cortesía que puede ser breve seguida de coma (,) (Atentamente,) o frase de cortesía terminada en punto (.) (Agradecemos su gentil colaboración.)

- Datos del remitente: Nombres y apellidos en mayúsculas sostenidas. No utilizar negrilla, ni subrayar o centrar. El cargo se anota en la línea siguiente con mayúscula inicial.

- Anexos: (Opcional) Consignar la cantidad de hojas o el tipo de anexo.

- Datos del transcriptor: Consignar uno de los nombres y la primera letra del apellido.

- Nota: La firma o autógrafo debe hacerse con esfero o bolígrafo de tinta negra

Ejemplo de circular

	ARCHIVO GENERAL DE LA NACIÓN (encabezado sólo para circular interna)
Espacio para logotipo (sólo para circular externa)	

---------- (3 interlíneas)

CIRCULAR Nº_____

---------- (3 interlíneas)

CÓDIGO DEPENDENCIA-Número de serie y/o subserie
Ciudad, fecha (cuando se trate de circulares externas, la fecha será colocada por el GCA, mediante
radicado)
---------- (2 interlíneas)

DESTINATARIOS
---------- (2 interlíneas)

Asunto: (Síntesis del tema de la Circular)

---------- (3 interlíneas)

Texto ....
....
....

---------- (2 interlíneas)
Despedida

---------- (3 interlíneas)
NOMBRE DEL REMITENTE
Cargo

---------- (2 interlíneas)
Anexos: (opcional)
---------- (1 interlinea)
Datos del transcriptor

a) Memorandums: Regularmente este documento se elabora en hojas de papel media carta. También hay formatos que llevan impreso el nombre de MEMORANDUM. (El plural de la palabra es variable y todos son correctos Memoranda, Memorándums, Memorandos o Memorándumes).

Un memorándum (memo como se le conoce en el ambiente laboral) es un documento escrito que es menos formal que la carta y se utiliza para el intercambio

de información entre áreas de una empresa con el objetivo de dar a conocer información diversa como recomendaciones, instrucciones, disposiciones y más.

La estructura del documento consta de las siguientes partes:

- Asunto: Síntesis del documento del memorando.
- Copia: Fiel reproducción de un documento.
- Despedida: Palabra o frase final de cortesía.
- Destinatario: Persona a quien va dirigida la comunicación.
- Encabezado: Línea de identificación para indicar la continuidad del documento.
- Encabezamiento: Palabras fijas que sirven de guía para establecer el inicio del documento.
- Espacio: Distancia horizontal de escritura.
- Estilo: Orden en la distribución de las diferentes líneas que conforman el memorando.
- Fecha: Lugar de origen del documento, día, mes y año de envió.
- Interlinea: Distancia vertical entre dos reglones. Por extensión se le denomina renglón.
- Líneas espaciales: Anexos, copia o identificación del transcriptor.
- Logotipo: Símbolo que identifica a una empresa.
- Membrete: Inscripción impresa del conjunto de datos que identifica a una empresa natural o jurídica.
- Modelo: Esquema de distribución de zonas que le permite ala empresa la diagramación de su papelería.
- Número y referencia: Identificación consecutiva del documento.
- Razón social: Nombre que identifica a una empresa.
- Remitente: Nombre y apellido del firmante.
- Renglón: Serie de palabras o caracteres escritos en sentido horizontal.

- Texto: Cuerpo del mensaje.

- Transcriptor: Persona responsable de digitar un documento.

- Zona de espacio: Predominando para la ubicación de un conjunto de datos impresos o escritos.

CLASE 06

b) Clasificación

- Bloque: Las líneas de número, fecha y firma se colocan partiendo del centro del escritorio hacia el margen derecho.
- Bloque extremo: Todas las líneas parten del margen izquierdo.

- Márgenes
  Superior: entre 3cm y 4cm
  Inferior: entre 2cm y 3cm
  Lateral izquierdo: entre 3cm y 4cm
  Lateral derecho: entre 2cm y 3cm

- Denominación del documento
  A partir del margen superior, de dos a tres interlineas se ubica la palabra MEMORANDO, en mayúscula sostenida y centrada.

- Número y referencia
  La numeración es consecutiva según lo establece el Código de Comercio. Le puede anteceder el código de dependencia determinado por cada empresa en particular. Se escribe de dos a tres interlineas de la palabra MEMORANDO.

Ejemplo de Memorándum

MEMORÁNDUM
008

ANTOFAGASTA, 16 de Abril de 2001

DE: Sr. Armando López, Jefe División Financiera 2 cm

A: Hugo Álvarez, Jefe Sección Presupuesto 2 cm

ASUNTO: Certificación

3 ó 4 cm

Con mucho gusto le envío la certificación de asignación presupuestal otorgada a la División de Construcciones.

2 cm

Le agradezco confirmar la aprobación -o no- de la misma, en la Junta Directiva.

2 cm

Cordialmente,

4 ó 5cm

Hugo Álvarez R.

2 cm

Copia: Sr. Camilo Zapata, Jefe División Construcción 2 cm

Anexo: una hoja

2 cm

MAL/amr.

Oficio: El oficio es un documento que usan los organismos e corporaciones oficiales para comunicarse entre ellos y con particulares.

Su redacción debe ser clara, breve y ordenada. El tamaño del papel utilizado es A4.

Su estructura es la siguiente:

- Membrete: Debe incluir la mayor cantidad de datos posibles.
- Referencia o asunto: Es el tema de que se trata. La referencia sirve para registrar el documento y posteriormente buscarlo en el archivo.
- Dirección: En caso de que se ocupe sobre con ventanilla.
- Cuerpo del escrito
- Firma, nombre y apellido, y cargo.
- Localidad y fecha.

Ejemplo de oficio

REPÚBLICA DE CHILE
MONISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS
DIRECCIÓN DE CONTABILIDAD Y FINANZAS 1
DEPARTAMENTO DE CONTROL INTERNO
SANTIAGO

ORD: N° 214
ANT: CIRCULAR N°118
MAT: ENVIA CUESTIONARIO CONARA
2 INCL: CARPETA

SANTIAGO, mayo 29 de 2008

DE : DIRECTOR SUBROGRANTE DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

A : JUAN FUENTES PÉREZ 2

DIRECTOR DE PLANEAMIENTO Y URBANISMO

3

1. En respuesta de su Circular N° 118, me permito enviar la encuesta que contiene la información proporcionada por los Departamentos y Secciones de esta Dependencia.

2. En relación a esta materia, informo a usted que la persona encargada de recibir los antecedentes necesarios es el señor Héctor González Navarrete, funcionario de la Sección Auditoria e Inspección, a fin de resolver cualquier consulta sobre la materia.

3. Incluyo carpeta que contiene toda la información pertinente.

Saluda a usted, 4

ENRIQUE MASSARO CONLEY
CONTRALOR PÚBLICO 5
DIRECTOR SUBROGANTE

6
EMC/jcc

DISTRIBUCIÓN:

- Director Planeamiento y Urbanismo (1)
- Secretario de Contabilidad y Finanzas (1)
- Departamento de Control Interno (1) 7
- Sección Auditoria e Inspección (1)
- Oficina de partes Dirección de Contabilidad y Finanzas (1)

Realice ejercitación n° 9

3.2 Cuando se usan los documentos

El uso que las instituciones públicas y privadas le dan a cada uno de los distintos documentos comerciales oficiales depende exclusivamente de la acción comercial que se requiera.

Las cartas comerciales son papeles escritos que empresas, organizaciones o personas envían a otras para comunicar mensajes formales, oficiales y/o confidenciales, que tienen alguna de las siguientes finalidades: vender, comprar o permutar; brindar información comercial de la empresa o de sus productos y servicios; solicitar información; iniciar relaciones comerciales; solicitar el pago de una cuenta pendiente; dar acuse de recibo; comunicar ofertas especiales (bonificaciones, descuentos, cupones de sorteo, etc...); realizar contactos comerciales; presentar agradecimientos, reclamos o quejas; brindar información, respuestas o soluciones varias; informar acerca de los movimientos internos de la empresa; invitar a un acto o actividad; felicitar por algún logro obtenido o por alguna fecha en particular; solicitar empleo; entre otras.

En síntesis, las cartas comerciales son mensajes escritos que empresas, organizaciones y personas envían a otras para iniciar, mantener o recobrar relaciones comerciales o de negocios.

El memorándum es un documento que se usa para intercambiar información entre diferentes secciones de un lugar de trabajo con el propósito de dar alguna información, recomendación, instrucción, disposición, en general, para uso entre niveles internos de una o0rganización, o sea, se usa internamente para pedir o entregar información de manera rápida y sumaria.

El oficio tiene la función de relacionar a los órganos administrativos de la más alta jerarquía y por consiguiente debe ir firmado por el máximo representante legal de la Institución que lo emita. En algunos casos, puede ir firmado por los jefes: pero esto, conlleva asumir toda responsabilidad que el contenido del documento requiera, sin comprometer por ello a los de mayor jerarquía.

El oficio se usa para comunicar disposiciones, consultas, órdenes, informes o también para llevar a cabo gestiones de acuerdos, de invitación, de felicitación, de colaboración, de agradecimiento. Estas redacciones se dan a nivel de instituciones como: ministerios, embajadas, municipios, colegios profesionales, sindicatos, etc.

3.3 Ejemplos de redacción

Unas de las mejores formas de comprender los distintos usos de todos los tipos de documentos comerciales es, simplemente, la ejemplificación de estos. Es por esa razón, que a continuación se presentan diversos ejemplos de docuemtnso coemrciales y sus distintos usos.

Ejemplos de carta comercial

Santiago, 14 de junio de 2003
Manuel Montt 367

A la atención del Sr. H. Riveros
SANTIAGO DE CHILE

Asunto: Invitación a charla

Distinguido Cliente:

Me contacto con Ud. para anunciarle sobre la charla que se realizará el día 21 de junio de 2003, a las 15 hs. en nuestro auditórium, que brindará el reconocido autor de varios libros sobre managment, el señor Tom Peters.

La charla consistirá en los siguientes tópicos: "el saber escuchar", "escuchar no es oír", "¿en qué consiste escuchar?" y "saber escuchar = más productividad".

Esta invitación es sólo para nuestros más exclusivos clientes, es por ello, que esperamos contar con su presencia.

Saludo a Ud. Atentamente
Pamela A. Ritchie
Gerente General

Ejemplo de memorándum

Av. Vía Memorando 45,
Col. Memorándum
Del. Benito Juárez,
México, D. F. C. P. 03900

Memorándum

Para:
Mauricio del Moral, Director General

De:
Luz María Durán

Asunto:
Reunión de Ventas

El área de ventas llevará a cabo su reunión mensual el día 22 de Abril del 2008. En la reunión se discutirán los temas referentes al incremento de ventas que se ha alcanzado en el último trimestre.

Es muy importante contar con su presencia.

Saludos a UD.

Atentamente
Luz María Durán
Gerente Ventas

Ejemplo de oficio

OFICIO NUM. 23 345 - 1993 PA
MADRID 10 DE ENERO DE 2006

Señor Director Oficinas Doblón S.A:

Alfonso Martínez

Madrid

Asunto: Denuncia pública ante abuso de poder.

Ref: 534-V

Mediante esta carta quiero hacer llegar mi queja y mi denuncia sobre los acontecimientos ocurridos el pasado día 12 de diciembre en las instalaciones de su empresa, en la calle los martillos nº 32.

Los guardas de seguridad de la empresa nos pidieron con poca educación que abandonásemos la instalación ya que éramos personas non gratas y que no volviésemos a aparecer por allí, ante nuestra negativa comenzaron a golpearnos con todo tipo de utensilios. El malentendido finalmente fue resuelto cuando el subdirector de la empresa apareció en escena y nos identificó aludiendo que realmente teníamos una cita en aquel mismo lugar y a aquella hora.

Adjuntamos la cinta de vídeo de las cámaras de seguridad y los partes médicos del hospital donde nos atendieron.

Sin otro particular Un saludo cordial

Directiva Gral. OFICINAS DOBLON S.A.

ALFONSO MARTIN

(FIRMA)

4. CUALIDADES DE ESTILO

Diversos manuales de redacción, estudios gramaticales y tratados de estilística señalan que la práctica de las ocho cualidades de estilo (claridad, propiedad, precisión, brevedad, sencillez, vigor expresivo, armonía y abundancia) son los principales atributos de un buen escrito.

La carta comercial debe ser redactada en forma clara, precisa, breve, sencilla y de acuerdo con las normas gramaticales.

Dado a los variados tipos distintos de documentos comerciales, existen una serie de características dentro del estilo de redacción de correspondencia comercial, tales como lo son la claridad, el orden, sencillez, propiedad, brevedad y precisión, cortesía y cordialidad.

4.1 Claridad y orden

La claridad y el orden en redacción consisten en expresarse sin enredos, sin lagunas o anfibologías (doble sentido de una palabra), apelando a que cualquier lector comprenda sin confusiones ni rodeos el sentido de nuestras frases y vocablos.

Los principales obstáculos de la claridad son las frases demasiado largas o rebuscadas, la ineficaz o incorrecta organización de las palabras, las ambigüedades y omisiones y el uso de paréntesis frecuentes o exceso de cláusulas subordinadas, entre otros.

La claridad puede lograrse:

1. Expresándote mediante frases cortas.
2. Estar pendiente, a medida que escribes, del comienzo de la frase para continuarla con la correspondiente concordancia, especialmente con el uso de los tiempos verbales.
3. Evitar vocablos ambiguos.
4. No abusar del pronombre.
5. Desterrar los gerundios.
6. Evitar el exceso de adjetivos.
7. Pensar despacio para escribir deprisa.
8. Evitar las expresiones incompletas, el uso de palabras superfluas e innecesarias.

9. Evitar el empleo de circunloquios o rodeos de palabras.

10. Desterrar los vocablos "gastados, manoseados".

Donde no hay claridad no hay luz ni podrá haber entendimiento; donde no hay orden se presenta el caos y la confusión.

La ausencia de ambos factores, claridad y orden impide que la carta, memorándum o informe cumplan con el objetivo, y hace que su destino sea seguramente el cesto de la basura.

La claridad, aunque parece ser consecuencia de la brevedad sin avaricia es la presentación de la idea completa acompañada de todos los detalles, tan importantes para una cabal comprensión. Por ello, toda la idea completa debe ofrecerse en frases cortas sin codicia pues si el redactor se pierde en la palabrería y se obscurece la idea central.

El orden es el criterio con que se clasifica la información en un texto. Todo documento escrito presenta una estructura básica que parte de un aspecto preliminar para luego ir avanzando progresivamente y llegar hasta su epílogo. Esto no solo facilita su comprensión y lectura sino que también permite identificar los elementos involucrados en él. Cuando vamos a iniciar la redacción de un texto, las ideas que brotan en nuestro cerebro y que luego nos serán útiles se revelan siempre de manera desordenada pero jamás las utilizamos en dicho estado para trasladarlas inmediatamente al papel (por lo menos tomamos nota inicial de ellas en una hoja de papel). Esto se debe a que si buscamos ser entendidos instantáneamente a través de un escrito no podemos redactarlo de manera apresurada prescindiendo del orden y la cohesión respectiva.

4.2 Sencillez y Propiedad

La redacción moderna, en general, se caracteriza por la llaneza o ausencia de afectación. Esto implica un acercamiento lógico a la naturalidad propia de la conversación, aunque con las limitaciones inherentes al lenguaje escrito.

La sencillez de un texto produce en sus lectores la impresión de que se escribió de un modo natural, sin afectaciones ni artificios, y les permite captar la información sin pensar en lo escabroso o complicado de la misma ni en la cualidad del que escribe.

El rebuscamiento de un escrito se debe habitualmente a que el redactor está más empeñado en exhibir su originalidad o dotes de escritor que en dar fluidez y transparencia al texto.

Cuando hablamos de propiedad hablamos del uso de las palabras más adecuadas, de acuerdo con su real significado, para entregar la información que queremos expresar.

La Propiedad obliga a usar términos y giros gramaticales adecuados; tanto por su significado, como por su apego a los preceptos gramaticales.

4.3 Brevedad y precisión

Las cartas deben hacerse tan cortas como sea posible, pues las comunicaciones excesivamente largas hacen perder el tiempo al que las escribe y al que deberá leerla.

En una carta de negocios no deben derrocharse palabras, ya que el objetivo principal es informar al destinatario sobre unas cuestiones concretas. No hay que usar treinta palabras donde es suficiente con veinte. La brevedad permite centrar mejor el motivo y causa más impacto en el lector.

Nuestra época no permite malgastar el tiempo de quien escribe ni de quien lee una carta comercial. Ciertas expresiones como: “Aprovecho esta oportunidad para testimoniarle nuestra consideración más distinguida” resultan demasiado extensas. Para terminar basta un “Le saluda atte.”

Tampoco hay que confundir la carta comercial con un telegrama. La brevedad exagerada puede resultar incorrecta y, por lo tanto, ineficaz desde el punto de vista comercial.

La precisión está íntimamente ligada con la claridad y la propiedad en su forma, pues las tres se combinan en una buena comunicación, se refiere sobre todo al contenido y al sentido estricto de los vocablos y oraciones empleados para redactar un documento. Aunque en la búsqueda de la precisión también se evitan impropiedades y confusiones, la tarea específica en este punto es encontrar la palabra justa y la oración irreprochable para transmitir exacta y estrictamente lo que queremos decir.

Un análisis minucioso de las palabras, concepto, cláusulas, ideas y datos es indispensable.

En la correspondencia comercial es contraproducente tratar cuestiones que no son del caso. Cada párrafo, cada palabra, han de estar justificados, deben decir algo concreto.

No hay que decir “nuestras condiciones siguen siendo las mismas que en su estimado pedido anterior”, pues ello obligaría a repasar facturas atrasadas. Es mejor repetir el texto de las condiciones.

Tampoco hay que decir “en contestación a su última carta”, sino “en contestación a su carta de 19 de marzo pasado”.

De igual modo hay que evitar toda expresión confusa que pueda interpretarse en dos a más sentidos. Por ejemplo: “Hemos reorganizado al personal técnico, en nuestro edificio exponemos las últimas novedades. Están a su disposición”. El lector puede

pensar: “¿Qué está a mi disposición, el material expuesto o también los técnicos? Hubiera sido preferible redactarlo así: “Hemos reorganizado el personal técnico. Ponemos a su disposición las últimas novedades expuestas en nuestro nuevo edificio”.

4.4 Cortesía y cordialidad

Toda relación comercial se basa en el trato cortés. Esto se ve reflejado en las fórmulas de cortesía preestablecidas con las que se comienza y se termina la carta.

La educación y las buenas formas serán norma esencial de la correspondencia comercial. Una carta descortés produce una reacción sumamente negativa en quien la recibe; nunca es excusable aunque se tengan motivos para estar enojado.

La cortesía es la cualidad del estilo que nos obliga a dar trato adecuado a las personas según sean las relaciones más o menos estrechas con nuestros superiores, amigos o allegados y subalternos.

4.5 Diagramación y aspectos de la elaboración

La diagramación consiste en tratar de equilibrar elementos a través de las páginas; organizar las masas de texto, las ilustraciones, los espacios en blanco, los títulos y las fotografías, procurando encontrar la armonía de las partes con el todo.

Podemos resumirlo esencialmente, en el orden y la dirección que retoma la vista cuando apreciamos un documento impreso:

Si los elementos aparecen ante nosotros como un verdadero caos gráfico, sencillamente se obvia la lectura.

Si por el contrario, faltan elementos que unifiquen la armonía del impreso, nos quedará una vaga idea y poco concisa, de lo que deseaba comunicar su emisor.

Para comprender mejor el concepto de diagramación, de deben definir 3 elementos indispensables:

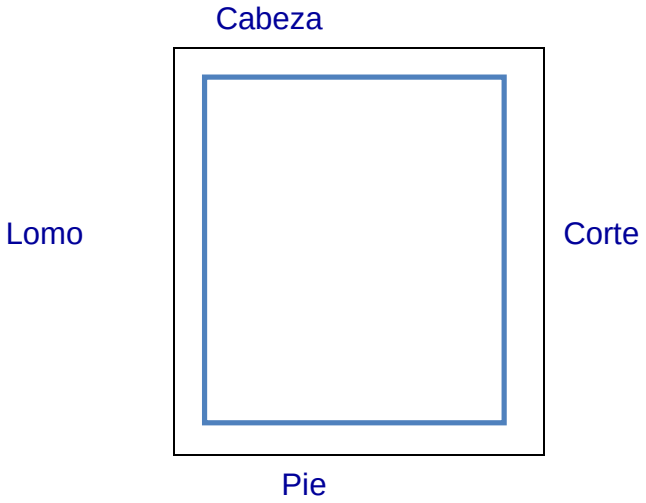
- El formato: Es el tamaño o área de la hoja de papel, donde va a ser impreso nuestro diseño. Existen muchos formatos de acuerdo a la necesidad del usuario como libros, revistas, periódicos, manuales, afiches, broshures, etc. Por lo general, se denominan también en pulgadas: por ejemplo 8.5" x 11" si es formato carta.

- Los márgenes: Son los espacios circundantes que se respetan entre la caja y el borde de la hoja de papel. Pueden variarse de acuerdo al diseño, pero siempre

respetando la continuidad del impreso. Técnicamente estos espacios reciben el nombre de: *Cabeza, Lomo, Corte y Pie*.

- La caja: Es el espacio real y limitante, donde se diagrama y se acomodan los elementos de la página.

  En *Microsoft Publisher*, aparece la caja del documento delineada por un cuadro azul dentro de la página



- Características de algunas tipografías

Algunos tipos resultan ser más legibles que otros; otros ahorran espacio e interlineado, mientras que otros pueden cansar la vista y por ende, la lectura. De forma básica, la siguiente tabla comparativa, le ilustra algunas características que puede tomar en cuenta:

Tipo	Legibilidad	Espaciado	Tamaño apropiado	Uso didáctico
Arial **Negrita** *Cursiva* Narrow	Sí Sí No No	8-10 pts 8-9 pts 10-12 pts 12 pts	8-10 pts 8-9 pts 10-12 pts 12 pts	Sí Sí Sí No
Century Gothic **Negrita** *Cursiva*	Sí Sí Sí	Más Más Normal	12-14 pts 12 pts 14 pts	Sí Sí No
AvantGarde **Negrita** *Cursiva*	Sí Sí Sí	Normal Más Normal	10-12 pts 10-12 pts 12 pts	Sí Sí No

Times Roman **Negrita** *Cursiva*	Sí Sí No	Menos Más Menos	10-12 pts 10 pts 12 pts	Sí Sí Sí
Americana **Negrita** *Cursiva*	Sí Sí No	Más Más Más	10 pts 9 pts 10 pts	No No No
Verdana **Negrita** *Cursiva*	Sí Sí Sí	Normal Más Normal	8-10 pts 10 pts 10 pts	Sí Sí No
Berlin Sans **Negrita** *Cursiva*	Sí No No	Menos Más Menos	12 pts 8 pts 12 pts	Sí No No
Comic Sans Negrita *Cursiv*	Sí No Sí	Normal Más Más	10 pts 8 pts 9-10 pts	Sí No No
CentSchbook **Negrita** *Cursiva*	Sí Sí No	Más Más Normal	8-10 pts 8-10 pts 10 pts	Sí No No

- Las 7 reglas de la diagramación

La mejor forma de aprender a diagramar, es observando y emulando otros impresos tales como revistas, diarios, plegables, etc.

Pero existen 7 reglas de oro que se deben tomar en cuenta al diseñar sus documentos:

1. Tenga presente el número de columnas a usar, para que planifique la cantidad de texto.

2. Una vez ubicados los textos, no olvide dejar espacio para los elementos gráficos.

3. NO recargue la página con textos, imágenes y/o blancos. Sea conciso para no distraer del tema central.

4. Los espacios pequeños en blanco, ayudan a descansar la vista.

5. Cuando diagrame una doble página, deje un espacio prudente en el centro de ambas, para evitar que las imágenes o el texto queden atrapados en el engrape o pegue del lomo.

6. Se recomienda no utilizar más de 2 ó 3 familias tipográficas por documento diagramado. Unifíquelas por títulos, subtítulos y párrafos.

7. Si trabaja en equipo con un ilustrador, indíquele siempre en sus borradores el espacio y los detalles de la ilustración que necesita, con tinta roja o marcador destacable.

Para lograr cartas eficaces, tendremos que escribirlas con cuidado, poniendo atención en lo que hacemos. Con un escrito rutinario, mal redactado, inadecuado puede lograrse un efecto contrario al que pretendemos.

La redacción de las cartas comerciales no tiene por qué ser una tarea aburrida o carente de creatividad. Podemos dar a nuestras cartas características diferente; sólo necesitamos poner atención y aprender practicando; es una habilidad que se adquiere con el tiempo.

- Antes de comenzar a escribir

La improvisación raras veces resulta bien. En el caso de las cartas comerciales se cumple plenamente esta regla. Para evitarlo, vamos a estructurar y diseñar el contenido de nuestros escritos siguiendo estos pasos:

Recopilar datos sobre el asunto o materia que vamos a tratar. Tenemos que saber de qué estamos hablando.

Establecer el objetivo, aquello que pretendemos conseguir por medio de la carta: obtener un crédito, realizar una venta, formular una queja, etc.

Documentarse sobre el destinatario. Necesitaremos saber algo sobre la persona o la empresa a la que nos estamos dirigiendo. Una carta puede ser buena o mala dependiendo de si se adapta, o no, a las circunstancias del destinatario.

Para que nos resulte más fácil, podemos formularnos las siguientes preguntas que, una vez respondidas, nos permiten seguir adelante:

- ¿Qué conozco sobre el asunto?
- ¿Para qué escribo?
- ¿A quién escribo?, ¿cuáles son sus circunstancias?
- Definir el contenido. En relación con la pregunta:
- ¿Qué tengo que decir al destinatario?

En esta fase nos van a surgir bastantes ideas sobre el contenido de la carta, las iremos anotando todas aun las más descabelladas o inverosímiles; más tarde las revisaremos y eliminaremos las que no sean adecuadas.

Depurar, organizar, jerarquizar las ideas. A la vista de todo lo que hemos anotado, descartaremos aquellas ideas que nos parezcan inútiles o poco convenientes.

Después, estableceremos una jerarquía en las ideas. Distinguiremos entre ideas principales y secundarias o auxiliares. Esto nos ayudará a organizar el contenido.

Aplicando todas estas técnicas y sugerencias de redacción, permitirá una comunicación eficiente y exitosa entre la empresa-consumidor o empresa-proveedor.

Realice ejercitación n°10