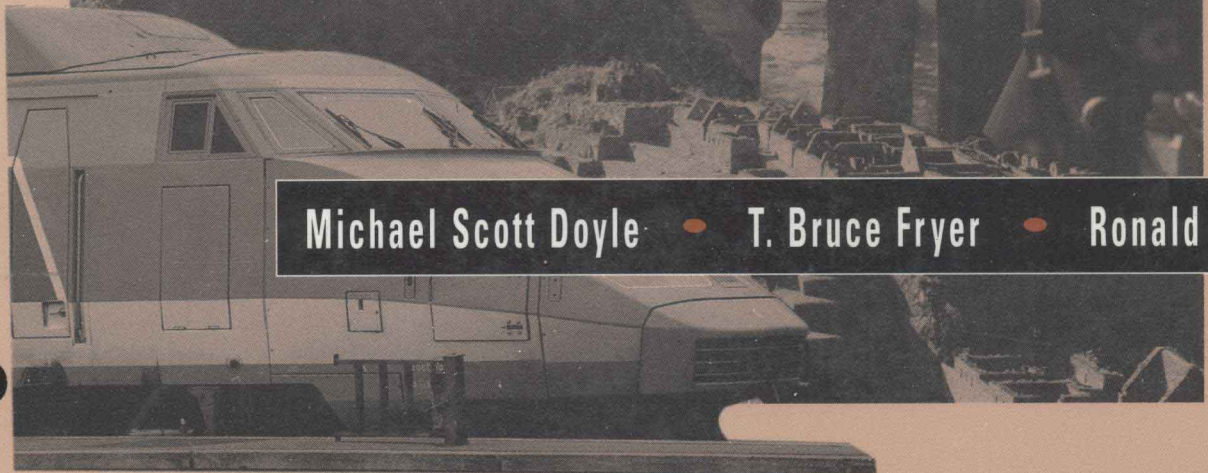




EXITO COMERCIAL

Cuaderno de correspondencia y documentos comerciales

SECOND
EDITION



Michael Scott Doyle • T. Bruce Fryer • Ronald Cere

EXITO COMERCIAL

CUADERNO DE CORRESPONDENCIA Y DOCUMENTOS COMERCIALES

Second Edition

**Michael Scott Doyle, University of North Carolina at Charlotte
T. Bruce Fryer, University of South Carolina, Columbia
Ronald Cere, Eastern Michigan University**

**Formatted and prepared by
Rachael Litonjua-Witt, San Diego State University**

**Holt, Rinehart and Winston
Harcourt Brace College Publishers
Fort Worth Chicago San Francisco Philadelphia
Montreal Toronto London Sydney Tokyo**

ISBN: 0-03-017319-1

Copyright © 1997 by Holt, Rinehart & Winston

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopy, recording or any information storage and retrieval system, without permission in writing from the publisher.

Requests for permission to make copies of any part of the work should be mailed to: Permissions Department, Holt, Rinehart & Winston, 6277 Sea Harbor Drive, Orlando, Florida 32887-6777.

Address for Editorial Correspondence: Holt, Rinehart & Winston, 301 Commerce Street, Suite 3700, Fort Worth, TX 76102.

Address for Orders: Holt, Rinehart & Winston, 6277 Sea Harbor Drive, Orlando, FL 32887-6777. 1-800-782-4479.

Website address:
<http://www.hbcollege.com>

Holt, Rinehart & Winston may provide complimentary instructional aids and supplements or supplement packages to those adopters qualified under our adoption policy. Please contact your sales representative for more information. If as an adopter or potential user you receive supplements you do not need, please return them to your sales representative or send them to:

Attn: Returns Department
Troy Warehouse
465 South Lincoln Drive
Troy, MO 63379

Printed in the United States of America

6 7 8 9 0 1 2 3 4 5 095 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1

Preface

Exito comercial: Cuaderno de correspondencia y documentos comerciales has been prepared for students in college business Spanish courses or those in business-based instructional programs who require practice in written commercial communication with individuals or groups in the Spanish-speaking world. When used in conjunction with its accompanying textbook, **Exito comercial: Prácticas administrativas y contextos culturales**, this workbook is designed to provide students with or without a background in business the vocabulary, basic concepts, and situational practice necessary to be successful in that rapidly-changing environment. It is assumed that students have mastered the fundamentals of grammar and that they have already acquired the vocabulary needed for general communication.

Vocabulary possibly unfamiliar to students is listed prior to each chapter. It is later reinforced in letters and documents typically used in essential facets of international business or domestic business as it is conducted in Spanish-speaking countries and communities. Both native speakers of Spanish as well as English-speaking students without prior knowledge of business content will find the vocabulary and related written activities useful.

This workbook can be adapted to the specific needs of a variety of groups. The textbook and workbook can be integrated for use in a semester or a quarter system course meeting two or three days per week, in evening or Saturday sessions meeting once per week, or in intensive courses during the summer. For these courses the instructor or students can be selective of materials and activities. For example, a combination of readings from the business section of the text and workbook could provide an overview of the context for establishing and developing a business. For students who already have that background, more time could be spent on practice activities from the text and workbook. For courses which last two semesters or quarters, the textbook and workbook materials form a complete unit which could be covered through chapter six for the first semester or quarter. The remaining chapters would be used for the second semester or quarter. Another option would be to select materials from both the text and the workbook and to assign additional current readings from magazines or journals. The workbook may also be used alone for a course on business correspondence and documents, as has been done successfully by numerous instructors.

Contextual Structure of the Workbook

Instructors teaching a business Spanish course for the first time will find the combination of the text and the workbook to be “user-friendly,” as will students with little or no commercial background, since there is a developmental sequence with a simple, clear continuity of business contexts throughout the materials. The Preliminary Lesson in the workbook provides a basic introduction to letter writing. The student then moves on to the written correspondence and documents involved in the establishment of a business firm and its subsequent development. This sequential process includes the organization of a company structure, the acquisition of capital through banking and accounting processes, capital investment (real estate), office organization and systems, personnel management, the production

of goods and services, marketing, financial management, setting up an international operation, import-export, and a futuristic outlook for a year-end report. Although the business context in the workbook necessarily focuses on secretarial and staff roles rather than on the operations performed by management, successful managers must be familiar with many of these functions since they are the ones ultimately responsible for overseeing the quality of the written communications issuing from within their various departments or offices.

Instructional Organization of the Workbook

Exito Comercial: Cuaderno de correspondencia y documentos comerciales is divided into a preliminary chapter and thirteen regular chapters, three appendixes, and two vocabulary sections—Spanish to English and English to Spanish. In this second edition of the workbook, the following additions have been made: (1) numerous changes to letters and complete rewrites of some letters; (2) fax communications; (3) electronic mail (e-mail) communication; (4) the curriculum vitae; (5) exercises that require students to work with numbers in Spanish; (6) an expanded section of abbreviations (siglas); and (7) additional bibliographical entries for use in correspondence.

The preliminary chapter introduces the importance of the business letter, its internal structure, and the different styles used. The thirteen regular chapters subsequently follow a common format. The **Preguntas de orientación**, the **Breve vocabulario útil**, and the **Lectura** are all linked together to provide an introduction to the types of business correspondence and documents presented in each chapter. By prereading the questions and becoming familiar with the vocabulary provided, students are better able to follow the reading which follows. The section **¿Qué sabe Ud. de las cartas de. . .** provides space for students to answer the **Preguntas de orientación** which they saw before the reading.

Subsequently, model letters in Spanish provide **samples** of the kinds of correspondence appropriate to the chapter and are followed by exercises which reinforce the vocabulary and expressions found in the models. In one exercise, a **Carta modelo** in English provides an opportunity for students to translate a letter into Spanish. This exercise requires students to be precise yet flexible in their consideration of language, since there is seldom a single correct way—a single form—through which to express the meaning of phrases or sentences. Another activity which provides a model rough draft, **Borrador de carta modelo...**, allows students to make final corrections before a letter is to be signed and mailed. This is a realistic activity for managers whose names go on the letters, memos, and documents issuing from their various departments, and it gives a professional quality to the activities. Following this activity, students are asked in an exercise entitled **Redacción de una carta** to draft an original letter in Spanish based on given situations. When lines are not provided in the workbook in order for students/users to do the exercise indicated, it is understood that students/users will do the exercise on a computer.

Near the end of the chapters are a number of **non-negotiable sample documents** which are modeled before students are asked to complete such sample documents according to a simulated situation. There are also exercises, titled **Problema numérico-comercial**, which require problem-solving with numbers. The culmination of each chapter is a person-

alized business report, entitled **Informe personal**, about the activities of one of the following: 1) a hypothetical company created by each individual student, 2) a hypothetical company created by a student and a classmate, 3) a hypothetical company based on the efforts of a small group (three or four students), or 4) an actual company which has been researched.

Acknowledgments

The authors gratefully acknowledge the following individuals for their assistance in the preparation of this workbook: Profs. Wilhelmus Paulus Burgers and Jane Cromartie (Marketing Department, University of New Orleans); Prof. Francisco A. Colina (Escuela de Negocios, Universidad de Costa Rica); José Antonio and David Matute (Barcelona); José María Pareja of the Mutua de Seguros Generales FIATC (Barcelona); Sally Janeczek and Wendy Wood (Eastern Michigan University); Prof. John Logan (College of Business Administration, University of South Carolina); Lucía Seminario of Pucky Pey (Piura, Peru); José Antonio Briz (Guayaquil, Ecuador); David Smith Soto of the Banco Interamericano de Desarrollo (Washington, D.C.); Guillermo Visscher of Visscher and Associates (Santiago, Chile); and Bibi Wray of La Bobina Publishers (Columbia, South Carolina); students of the FDIB summer workshops for Faculty Development in International Business and the Master's in International Business (MIBS); undergraduate business Spanish students at the University of South Carolina, Eastern Michigan University, San Diego State University, and the University of North Carolina, Charlotte. Special thanks go to a colleague and friend, posthumously, Dr. Bernardo Pérez (Universidad EAFIT [Escuela de Administración y Finanzas e Instituto Tecnológico], Medellín, Colombia).

Permissions

We wish to thank the following individuals and institutions for their permission to use the letters and documents reproduced or adapted in this book.

Banco Interamericano de Desarrollo (Inter-American Development Bank), David Smith Soto: Presidential Letter of Transmittal and Index to Annual Report.

Wilhelmus Paulus Burgers, University of New Orleans: Marketing survey on restaurants.

Mutua de FIATC Seguros Generales, José María Pareja Gabarró: Insurance advertisements, letters, and forms.

INDICE

PREFACE	vii
CAPITULO PRELIMINAR. INTRODUCCION A LA CARTA COMERCIAL	1
Lectura. La importancia de la carta comercial	2
La redacción de una carta	2
Carta modelo PL-1.	3
Lectura. Las partes de una carta comercial	4
Lectura. Los estilos de mecanografía	10
Carta modelo PL-2. Estilo bloque extremo	13
Problema numérico-comercial PL-1.	16
CAPITULO 1. LA EMPRESA	17
Lectura. Constitución de la empresa y la carta circular	18
Carta modelo 1-1. Carta circular de apertura	19
Carta modelo 1-2. Carta circular de transformación	21
Carta modelo 1-3. Carta circular de clausura y liquidación	23
Carta modelo 1-4. Carta circular de apertura	25
Documento modelo 1-1. Escritura de una sociedad mercantil	27
Problema numérico-comercial 1-1.	29
CAPITULO 2. LA GERENCIA	31
Lectura. Cartas y comunicados de ascenso y de recomendación	32
Memorándum modelo 2-1. Anuncio de ascenso	33
Carta modelo 2-1. Carta de ascenso	35
Carta modelo 2-2. Carta de recomendación	36
Carta modelo 2-3. Recomendación negativa	38
Documento modelo 2-1. El organigrama	39
Problema numérico-comercial 2-1.	41
CAPITULO 3. LA BANCA	43
Lectura. Cartas y documentos bancarios	44
Carta modelo 3-1. Solicitud de crédito	46
Carta modelo 3-2. Concesión de crédito	48
Carta modelo 3-3. Denegación de crédito	50
Carta modelo 3-4. Denegación de crédito	52
Documento modelo 3-1. El cheque	54
Documento modelo 3-2. La boleta de depósito	55
Documento modelo 3-3. El pagaré	56
Problema numérico-comercial 3-1.	57

CAPITULO 4. EL TERRENO, LOCAL Y EQUIPO	59
Lectura. Cartas y documentos relacionados con el arrendamiento y los seguros de una finca urbana o de un local de negocios	60
Carta modelo 4-1. Envío de cheque	61
Carta modelo 4-2. Acuse de recibo de cheque	62
Carta modelo 4-3. Reclamación de un pago no atendido	64
Carta modelo 4-4. Solicitud de aplazamiento de pago	66
Documento modelo 4-1. El contrato de arrendamiento	67
Documento modelo 4-2A. La póliza de seguro	69
Documento modelo 4-2B. Extractos de póliza de seguro contra incendio	70
Documento modelo 4-2C. Extractos de solicitud de Seguro Combinado para Comercios	71
Documento modelo 4-3. La letra de cambio	73
Problema numérico-comercial 4-1.	74
CAPITULO 5. LA OFICINA: EQUIPO Y SISTEMAS	75
Lectura. La carta rutinaria	75
Carta modelo 5-1. Acuse de recibo de correspondencia	77
Carta modelo 5-2. Acuse de recibo de correspondencia	78
Carta modelo 5-3. Cambio de dirección	80
Carta modelo 5-4. Cambio de domicilio	82
Documento modelo 5-1. Recado personal	84
Documento modelo 5-2. Correo electrónico	86
Problema numérico-comercial 5-1.	87
CAPITULO 6. RECURSOS HUMANOS Y LAS RELACIONES LABORALES	89
Lectura. Las comunicaciones del director de personal	90
Carta modelo 6-1. Anuncio de un puesto vacante	92
Carta modelo 6-2. Contestación a la solicitud de empleo	94
Carta modelo 6-3. Solicitud de empleo	95
Carta modelo 6-4. Contestación a la solicitud de empleo	97
Documento modelo 6-1. Currículum vitae	99
Documento modelo 6-2. Formulario de evaluación del candidato	100
Problema numérico-comercial 6-1.	102
CAPITULO 7. BIENES Y SERVICIOS	103
Lectura. Cartas y documentos referentes a los bienes y servicios	104
Carta modelo 7-1. Solicitud de cotización	106
Carta modelo 7-2. Cotización	108
Carta modelo 7-3. Pedido	110
Carta modelo 7-4. Reclamación	112
Documento modelo 7-1. Vale	113
Problema numéric-comercial 7-1.	114

CAPITULO 8. MARKETING I: LA PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES	
PUBLICAS	117
Lectura. Documentos, comunicados y cartas publicitarios	118
Carta modelo 8-1. Oferta de un nuevo producto	119
Carta modelo 8-2. Oferta de servicios profesionales	121
Carta modelo 8-3. Anuncio de rebaja de precios	122
Carta modelo 8-4. Inauguración de una sucursal	124
Comunicado modelo 8-1. Extractos de relaciones públicas	125
Documento modelo 8-1. Extracto de una encuesta de marketing	126
Problema numérico-comercial 8-1.	128
CAPITULO 9. MARKETING II: LA COMPRAVENTA Y OTRAS	
FUNCIONES DEL MERCADO	129
Lectura. Cartas de compraventa	130
Carta modelo 9-1. Cotización u oferta	131
Carta modelo 9-2. Pedido	133
Carta modelo 9-3. Consignación	135
Carta modelo 9-4. Pedido	137
Documento modelo 9-1. El contrato de compraventa	138
Documento modelo 9-2. La factura	140
Problema numérico-comercial 9-1.	142
CAPITULO 10. LAS FINANZAS	143
Lectura. Los informes comerciales	144
Carta modelo 10-1. Petición de informes comerciales	145
Boletín modelo 10-1. Boletín o formulario de informes comerciales	147
Carta modelo 10-2. Informe comercial favorable	149
Carta modelo 10-3. Informe comercial desfavorable	151
Documento modelo 10-1. Orden de compra en bolsa	152
Documento modelo 10-2. Fax or facsímil	153
Problema numérico-comercial 10-1.	155
CAPITULO 11. LA ENTRADA EN EL MERCADO INTERNACIONAL	157
Lectura. Cartas y documentos usados en los viajes al extranjero	158
Carta modelo 11-1. Carta de reservación	159
Carta modelo 11-2. Carta de solicitud de representación exclusiva	161
Carta modelo 11-3. Carta de presentación	163
Carta modelo 11-4. Carta agradeciendo ayuda	165
Documento modelo 11-1. Recibo	166
Problema numérico-comercial 11-1.	168

CAPITULO 12. IMPORTACION Y EXPORTACION	169
Lectura. Ofertas y pedidos de mercancía	170
Carta modelo 12-1. Solicitud de oferta	171
Carta modelo 12-2. Pedido de mercancía	173
Carta modelo 12-3. Descontinuación de mercancías	175
Carta modelo 12-4. Envío de mercancía	176
Documento modelo 12-1. Permiso de exportación	178
Documento modelo 12-2. Certificado de origen	180
Documento modelo 12-3. Certificado sanitario	182
Documento modelo 12-4. Formulario de carta de crédito irrevocable	183
Problema numérico-comercial 12-1.	184
CAPITULO 13. PERSPECTIVAS PARA SU FUTURO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL	185
Lectura. El informe anual y la carta de transmisión del presidente	186
Carta modelo 13-1. Carta de transmisión del presidente	186
Problema numérico-comercial 13-1.	190
Documento modelo 13-1. Indice del informe anual	191
APENDICES	
Apéndice 1: Siglas comerciales útiles	195
Apéndice 2: Respuestas a problemas numérico-comerciales	200
Apéndice 3: Bibliografía de textos útiles sobre la correspondencia y la documentación comerciales	204
VOCABULARIO. Español–Inglés	207
VOCABULARIO. Inglés–Español	215

Introducción a la carta comercial

PRELIMINAR

PREGUNTAS DE ORIENTACION

Al hacer la lectura, piense Ud. en las respuestas a las siguientes preguntas.

- ¿Para qué sirve la correspondencia en el mundo de los negocios?
- ¿Cuál es la diferencia entre la preparación de una carta comercial y la de un documento?
- ¿En qué sentido puede ser la carta un documento oficial?
- ¿Cuáles son algunas de las comunicaciones escritas más comunes?
- ¿Cuáles de las comunicaciones mencionadas en este capítulo ha utilizado o ha recibido Ud.?
- ¿Cuáles son las cuatro características necesarias para la redacción de una carta comercial?
- ¿Cómo se define una carta clara? ¿concisa? ¿cortés? ¿correcta? ¿profesional?
- ¿Cuáles son las partes de una carta comercial y qué función tienen?

BREVE VOCABULARIO UTIL

carta circular *circular, form letter*
correo electrónico *email, e-mail*
del actual (año) *the current year, this year*
destinatario *addressee*
esquema (m) *outline*
fuerza mayor *Act of God (insurance term)*
he recibido su atenta (carta) *I have received your letter*
hacer investigaciones *to research*
memorándum, memorando (m) *memo*
oficial (m/f) *governmental official*
recado *note, message*
remitente (m/f) *sender*
sangrado *indented*
sangría *indentation*
tener prueba de *to have proof*

LECTURA

La importancia de la carta comercial

Las transacciones que se realizan en el mundo de los negocios actual se archivan por medio de la correspondencia, o sea las comunicaciones escritas en forma de cartas individuales u otros documentos. Estos son testimonios o títulos permanentes que dan prueba de las transacciones. En muchos casos, los documentos son formularios impresos en los cuales se adjuntan los detalles específicos de cada transacción. Además de las comunicaciones por medio de cartas o documentos, las más frecuentes son el memorándum, el recado y las circulares. Si el mensaje es urgente, se utilizan el fax y el correo electrónico. En cualquier caso, es sumamente importante que las empresas archiven las comunicaciones escritas para tener prueba de las operaciones comerciales y para poder hacer investigaciones sobre las decisiones tomadas. Esto facilita posibles operaciones comerciales futuras. La estructura básica de toda la correspondencia es casi igual, aunque hay diferencias de estilo, tono y forma según el tipo de carta y su propósito.

La redacción de una carta

En la redacción de la correspondencia comercial, la carta tiene que ser clara, concisa, cortés, correcta y profesional.

- **Clara:** el remitente no confunde al lector ni permite dudas.
- **Concisa:** la lectura no le cuesta mucho tiempo al destinatario a causa de su brevedad, los modismos sencillos usados y un número limitado de temas que se tratan.
- **Cortés:** el tono es amable y nunca ofensivo aún en el caso de una comunicación negativa (mala noticia).
- **Correcta:** no hay faltas de gramática, puntuación o silabeo y el vocabulario es preciso.
- **Profesional:** los asuntos comerciales se comunican de modo preciso en un tono serio, natural y apropiado para las relaciones entre el remitente y el destinatario. Se evita la afectación y cualquier aspecto social que pueda perjudicar el tratamiento profesional.

Nombre _____ Clase _____ Fecha _____

CARTA MODELO PL-I. LA CARTA COMERCIAL

Lea la siguiente carta y las descripciones y haga los ejercicios a continuación.

<p>Escuela Universal Calle 19 Miami, FL 40467 305-555-9393</p>	<p>MEMBRETE</p>
<p>10 de abril de 199__</p>	<p>FECHA</p>
<p>Muebles Modernos, S.A. Calle Transversal 342 Santo Domingo, La República Dominicana</p>	<p>DESTINATARIO</p>
<p>Atención: Carlos Robles Blanco</p>	<p>LINEA DE ATENCION</p>
<p>REF: Factura # 37896</p>	<p>REFERENCIA</p>
<p>Estimado Sr. Robles:</p>	<p>SALUDO</p>
<p>He recibido su atenta del 5 de marzo en la cual me informa de la demora del envío de los escritorios pedidos en febrero del actual. Comprendo las dificultades que puedan ocurrir debido a fuerzas mayores como un huracán. Sin embargo, remito con ésta los documentos requeridos sobre el transporte de los muebles mencionados. Espero la llegada de las mercancías lo más antes posible.</p>	<p>TEXTO</p>
<p>Muy atentamente,</p>	<p>DESPEDIDA</p>
<p>ESCUELA UNIVERSAL</p>	<p>ANTEFIRMA</p>
<p>Rafael Solares Gómez Rafael Solares Gómez Rector</p>	<p>FIRMA</p>
<p>RSG/tlc</p>	<p>INICIALES</p>
<p>Anexo: Carta de pedido Factura # 37896</p>	<p>ANEXOS</p>

Nombre _____ Clase _____ Fecha _____

Las partes de una carta comercial

1. **Membrete.** Las empresas comerciales utilizan hojas de papel de buena calidad. En la parte superior de la hoja se imprimen el nombre y la dirección de la empresa, el número de teléfono, de fax y de correo electrónico (si existen), un símbolo que representa el negocio (logo, marca de fábrica, etc.) y, a veces, el nombre y apellido del dueño y su cargo. Generalmente se incluye la ciudad y el país de la empresa de modo que éstos no se repiten en la fecha a continuación si se manda la carta dentro de la misma ciudad. En la correspondencia internacional, además de los números de teléfono, fax o correo electrónico, se incluyen los números internacionales del país y del estado o del departamento donde se ubican.

LANGON DISTRIBUIDOR
Avenida Plan de Ayala 2341
Tres Cumbres, Morelos
México
Tel. 15-27-90, Fax 001-15-27-91

2. **Fecha.** Es importante indicar el día, el mes y la fecha de cada comunicación escrita. Esta parte se escribe dos líneas debajo del membrete y su posición puede variar: o a la izquierda, en el centro o a la derecha. Nótese también que, a diferencia del inglés, se pone primero el día y luego el mes:

23 de julio de 199__
22 marzo 199__

3. **Destinatario.** Este se incluye dos líneas después de la fecha, con variantes de la siguiente información: el nombre de la persona a la cual se dirige la carta, su título o cargo, el nombre de la empresa y los demás detalles de la dirección del destinatario (calle o apartado postal seguido por la ciudad, país y la zona postal). Se pone al margen izquierdo del papel.

Sr. Ricardo Robles García
Director de Ventas
Muebles Modernos, S.A.
Calle Transversal 342
Santo Domingo, La República Dominicana

4. **Línea de atención.** Frecuentemente la carta enfatiza que se dirige a un destinatario específico para facilitar que esta persona se encargue directamente del asunto. Es opcional, pero si se incluye, se pone al margen izquierdo dos espacios debajo de la dirección del destinatario. (Nota: A ser posible, siempre es mejor dirigir una carta a una persona específica en lugar de a un departamento.)

Atención: Sra. Maria Luisa del Valle
Directora

5. **Referencia.** Es otra parte opcional en la cual se destaca el asunto principal de la carta al hacer referencia a una carta previa o a un documento. Se pone hacia el margen derecho después de las señas del destinatario o después de la línea de atención.

REF: Factura No. 37896
Ref: Pedido del 3 de septiembre de 199__
Referencia: Su carta del 15 de marzo de 199__

6. **Saludo.** Esta parte se encuentra al margen izquierdo a dos espacios de la parte previa. Las siguientes posibilidades se pueden escoger según las circunstancias de la relación entre el remitente y el destinatario. Note que la primera letra de la abreviatura de un título se pone en mayúscula (Sr.) mientras que no se pone en mayúscula cuando se escribe toda la palabra (señor).

Estimado Sr. Trujillo:
Estimada señora Rodríguez:
Apreciable señorita López:
Muy señor(es) mío(s):
Distinguido amigo nuestro:
Señor(es):

7. **Texto:** A continuación sigue el texto o el cuerpo de la carta. Esta parte generalmente se inicia con una frase hecha según la necesidad o el propósito de la carta.

En contestación a su atenta carta de...	In response to your kind letter of...
El propósito de ésta es...	The purpose of this letter is...
Tengo el gusto de comunicarles que...	It is my pleasure to inform you that...
Aceptamos con mucho gusto las estipulaciones...	We gladly accept the stipulations...
Acusamos recibo de su atenta del...	We acknowledge receipt of your letter of...
En relación con su misiva del...	In reference to your letter of...
Les informamos que...	We inform you that...
Mucho siento informarle que...	We regret to inform you that...
Acabamos de recibir su solicitud de...	We have just received your request for...

Luego viene el texto que consiste en varios párrafos (sólo los que hagan falta) dirigidos hacia el tema a tratarse.

8. **Despedida.** Todas las cartas comerciales terminan con una breve despedida cortés. La despedida guarda relación con el saludo y generalmente es un modismo. A veces, se incorpora como la parte final del texto. Si no es así, está separada del último párrafo y se incluye más bien como parte de la antefirma y la firma.

Atentamente,	}	Sincerely,
Muy atentamente,		
Le(s) saluda atentamente,		
Aprovechamos esta ocasión para...		
Cordialmente,		
En espera de sus noticias, quedo/quedamos atentamente,		
Le(s) expreso anticipadamente mis gracias por...		
Su(s) seguro/a(s) servidor/a(es/as),		
Sin otro particular,		

Nombre _____ Clase _____ Fecha _____

9. **Antefirma.** Representa la razón social (el nombre de la empresa), escrita en mayúsculas y a veces se pone a continuación de la despedida.

**ESCUELA UNIVERSAL
COCINAS EUROSTYLE
DECORCASA
ABASTECEDORES RAMIREZ, S.A.**

10. **Firma.** Esta parte es manuscrita por el remitente debajo de la antefirma (si se incluye la antefirma) y viene dos o tres espacios antes del nombre completo del remitente y su cargo.

**Pablo Iglesias Montero
Pablo Iglesias Montero
Gerente General**

11. **Iniciales.** Las letras iniciales en mayúscula representan las del remitente (la persona que firma la carta). Las letras a continuación de la virgula son las del mecanógrafo. Se ponen al margen izquierdo. El siguiente ejemplo indica que Rafael Solares Gómez dictó y firmó la carta redactada (por computadora o a máquina) por su secretaria, Teresa Lanes Cortez.

RSG/tlc

12. **Anexos.** Hacia el margen izquierdo y dos líneas después de la firma se indica cada documento con su número de archivo que se adjunta a la carta.

**Anexo: 2 catálogos
Adjunto: Factura No. 4551**

13. **Frase carbón copia.** Otra vez al margen izquierdo, se indican en minúsculas o mayúsculas las entidades o personas que van a recibir una copia de la correspondencia .

**c.c. Junta Municipal
c.c. Dr. Juan Lagos
C.C. Srta. María Perales, Directora**

14. **Posdata.** De vez en cuando, si ha habido alguna omisión o algún acontecimiento de último momento, se agrega el mensaje debajo de la posdata y al margen izquierdo. En la mayoría de los casos, se recomienda no utilizar una posdata si se trata de un asunto formal, pues indica cierto descuido y olvido por parte del remitente, especialmente con el uso hoy en día de las computadoras para facilitar los cambios.

**P.D. Acabo de recibir su pago en el correo.
P.D. Se me olvidó indicar el precio total de \$3.800
P.S. Saludos a Enrique y a Marta**

SOBRES. En los sobres de las cartas comerciales, hay que incluir dos partes:

- el nombre y la dirección del remitente en la parte izquierda superior
- el nombre y la dirección del destinatario hacia el centro del sobre

Nombre _____ Clase _____ Fecha _____

A menudo se incluyen términos especiales para ayudar en el envío de la carta:

**CORREO AEREO
A REEXPEDIR
MUESTRAS SIN VALOR
ENTREGA INMEDIATA
CORREO CERTIFICADO**

**USCAN, Inc.
1255 Main Street
Blaine, CA 40352**

**Director de Desarrollo
Empresas farmacéuticas, S.A.
Apartado Aereo 3322
Caracas, Venezuela
South America**

Nota sobre los números: En los siguientes países hispanos—Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, España, Guinea Ecuatorial, Paraguay, Uruguay y Venezuela—el punto y la coma se invierten con respecto al uso en EE. UU. Es decir, el número 6,500.50 de EE. UU. se expresa como 6.500,50 en estos países. Los demás países hispanos usan el mismo sistema que en los EE. UU.