

5

La comunicación escrita en la empresa. La carta comercial



Cuando se firma y manda una carta comercial en su manera tradicional o a través del fax o del correo electrónico se debe tener en cuenta el dicho: «No se tiene una segunda oportunidad para obtener otra primera impresión».

El contenido, la presentación y la correcta utilización de las normas de escritura son la base de una buena comunicación escrita. En esta unidad se estudiarán los diferentes modelos de cartas comerciales, su contenido y la estructura propia de la correspondencia mercantil, también algunas anotaciones de las abreviaturas comerciales, oficiales, de tratamiento y títulos de cortesía.

Contenidos

- 5.1. La carta comercial. Aspectos formales
- 5.2. Contenido y estructura de la carta comercial
- 5.3. Tipos de cartas comerciales

Objetivos

- Entender la importancia de la correspondencia comercial en el mundo de la empresa.
- Conocer las normas de redacción y contenido que debe reunir la correspondencia comercial.
- Distinguir entre los diferentes estilos de cartas comerciales.
- Elaborar los diferentes modelos de cartas comerciales utilizando un procesador de textos.
- Saber utilizar las abreviaturas de uso comercial más usuales.

Sabías que... ?

Ni el fax ni el correo electrónico han conseguido hacer desaparecer el uso de la carta comercial como medio de comunicación en el mundo de los negocios, pues hay mucha gente que prefiere recibir una carta por correo ordinario y se considera que es mucho más eficaz.



5.1. LA CARTA COMERCIAL: ASPECTOS FORMALES

La **carta comercial** es una comunicación escrita entre dos empresas, o entre una empresa y un particular. Está considerada como uno de los medios de comunicación e intercambio de información y consultas más eficaces en el mundo empresarial.

Por esto, es muy importante la primera impresión que produce una carta comercial, tanto por la presentación de la misma como por los requisitos que reúne a la hora de estructurarla o escribirla, que son fundamentales. Cuando se firma y envía una carta comercial en su manera tradicional o a través del correo electrónico, se debe tener en cuenta el dicho: «*No se tiene una segunda oportunidad para obtener otra primera impresión*».

Hoy en día, la correspondencia comercial se realiza de diferentes formas: una, la manera tradicional, es decir, con la utilización del papel y el sobre; otra, a través del fax, por ejemplo para hacer un pedido, y otra, a través del correo electrónico, cada vez más utilizado, ya que resulta muy rápido para el intercambio de información, consultas, pedidos, etcétera.

En cualquier caso, para una buena presentación de las cartas mercantiles es importante tener en cuenta una serie de **reglas o normas básicas**, normas que también son aplicables, en lo que les atañe, a la correspondencia por correo electrónico.

En cuanto a la **forma** y el **tipo de papel**, conviene seguir estas recomendaciones:

- Usar papel de color claro: blanco, gris claro o marfil, por ejemplo. Se debe prescindir de papeles llamativos.
- Es conveniente utilizar papel con membrete impreso.
- La medida del papel que más se utiliza es DIN-A4.

En cuanto al **sobre**:

- Es conveniente que haga juego con el papel en su forma y color.
- Es preferible utilizar sobres con membretes impresos; si no es posible, no hay que olvidar escribir el nombre y la dirección del remitente.
- Es conveniente escribir la dirección del destinatario añadiendo su cargo, profesión o tratamiento, si lo tuviera.
- Es necesario franquear debidamente las cartas.

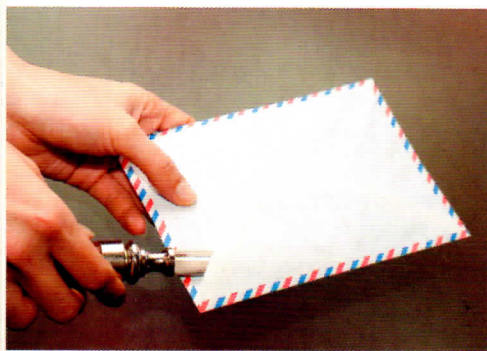
En cuanto a las pautas para su elaboración, hay que tener en cuenta que las cartas comerciales nunca se escriben a mano; actualmente se confeccionan con el ordenador. Deben ser escritas de forma clara, sencilla y concisa y el color de la tinta debe ser negro o azul oscuro.

Asimismo, no deben presentar errores de sintaxis, ortografía o puntuación; tampoco tachaduras ni rectificaciones, y es necesario el uso correcto de palabras y expresiones. Además, hay que dar una respuesta lo antes posible a las cartas recibidas.

Se empleará el «usted» o «le», si la carta va dirigida a una persona, o «ustedes» y «les», si va dirigida a más destinatarios.

Las cartas comerciales tendrán unos espacios y márgenes a respetar, como son:

- Dependiendo de la extensión de la carta, se escribirá a uno o dos espacios; en general, se escribe a un espacio, salvo que sea muy breve.
- Entre un párrafo y otro se dejará el doble de separación al interlineado.



- No se escribirá nunca en el reverso de la carta. Si esta es demasiado larga, se utilizará una segunda hoja.
- El margen derecho de la carta deberá estar justificado.
- En el margen izquierdo se reflejarán, con un tamaño de la letra más pequeño, datos tales como el número de inscripción en el registro correspondiente (Registro de Fundaciones, Registro Mercantil, Registro Industrial, etc.), u otros datos como el Código de Identificación Fiscal, etcétera.

5.1.1. Estilos de cartas comerciales

En la correspondencia comercial o de negocios, es conveniente guardar ciertas reglas que son comunes a todas las cartas comerciales; por esto se debe mantener siempre el mismo estilo, tanto en el comienzo como en la despedida.

Hay diferentes estilos de cartas comerciales, como son el estilo moderno, el estilo moderno modificado, el estilo profesional y el estilo evolucionado.

- **Moderno.** Comienza en el margen izquierdo del papel y no se emplea ninguna sangría.
- **Moderno modificado.** Es muy parecido al anterior, excepto que la despedida, la antefirma y la firma se escribirán en el margen derecho.
- **Profesional.** Se utiliza la sangría para la fórmula del saludo y al comienzo de cada párrafo.
- **Evolucionado.** Se prescinde del saludo y de la despedida. Para el resto, se opta por la distribución de cualquiera de los tres estilos anteriores.

5.2. CONTENIDO Y ESTRUCTURA DE LA CARTA COMERCIAL

La carta comercial se compone de tres partes: el encabezamiento, el cuerpo o texto de la carta y el cierre.

5.2.1. Encabezamiento

El encabezamiento abarca la parte superior de la carta. Está formado por el membrete, el destinatario, el lugar y la fecha en que se escribe la carta, las referencias (si las hubiera), el asunto y el saludo.

- **Membrete.** Aparece impreso en la parte superior de las cartas, bien en el centro o a la izquierda del papel. Contiene datos como el nombre, la dirección, el número de fax, el teléfono y la dirección de correo electrónico.

Algunas empresas utilizan la parte superior de la hoja para la impresión del logo o anagrama y el nombre de la empresa y en la parte inferior, debajo de los márgenes establecidos para los escritos, todos los demás datos.

- **Destinatario.** Se escribe debajo del membrete, a la izquierda o derecha de la página, si se va a utilizar un sobre ventanilla. Contiene las señas y el nombre de la persona, precedido de Sr. D./Sra. D^a., o de la empresa a la que se envía la carta. La palabra calle o su abreviatura C/ ya no se escriben, pero si fuera avenida, paseo o plaza, deberá hacerse constar (Figura 5.1).

Recuerda

El contenido, la presentación y la correcta utilización de las normas de escritura son la base de una buena comunicación escrita.

Sra. D.^a Marina de la Casa
 Diagonal, 337
 45001 Toledo

Figura 5.1. Ejemplo de destinatario.

Si la carta va dirigida a una persona concreta o a un cargo dentro de una organización, primero se pone el nombre de la empresa y debajo de esta, el nombre o cargo de la persona a quien va dirigida la carta acompañado de la expresión a la atención de o de la abreviatura A/ (Figura 5.2):

INMOBILIARIA DEL MAR, SA
 A la atención de la Sra. D.^a Marina de la Casa
 Diagonal, 337
 45001 Toledo

INMOBILIARIA DEL MAR, SA
 A/: Jefe departamento de ventas
 Diagonal, 337
 45001 Toledo

Figura 5.2. Ejemplo de destinatario.

- **Lugar y fecha.** Es muy importante no olvidar incluir el lugar y la fecha en los que se escribe la carta.

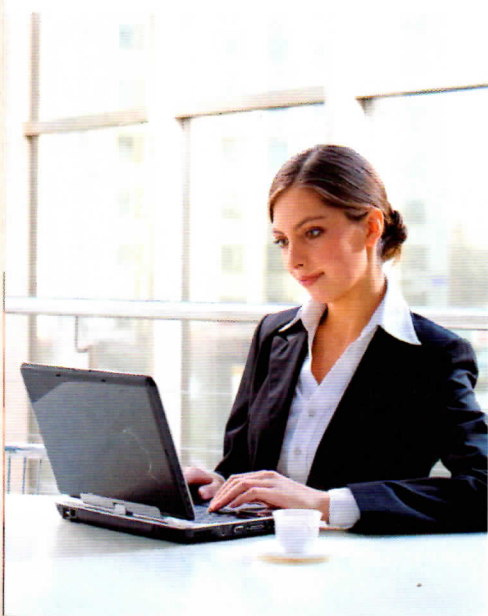
Por ejemplo, para especificar el 28 de febrero de 20XX, se puede escribir:

- Toledo, 28 de febrero de 20XX.
- XX/02/28 si se sigue la recomendación **ISO** (*International Standard Organization*) de 1976; esta manera de expresar la fecha es válida internacionalmente.

- **Referencias.** Suelen ser utilizadas por empresas que tienen un alto volumen de correspondencia. Sirven para identificar otras cartas anteriores y, por tanto, el asunto del que se está tratando. Se pueden colocar indistintamente a la izquierda, a la derecha o en el centro del escrito, pero se atenderá siempre a la simetría y estética del conjunto de la carta (Figura 5.3).

Como referencias suelen utilizarse palabras, números, las iniciales de las personas que escriben la carta o cualquier otro elemento identificador de la misma que la empresa considere oportuno utilizar. Suelen estar impresas con las abreviaturas:

- N/ref. (nuestra referencia).
- S/ref. (su referencia): que se utilizará cuando tengamos una referencia de la persona o de la empresa remitente.



N/ref.: Factura

N/ref.: MC/JV

MC: iniciales de Marina de la Casa; JV: jefe de ventas.

N/ref.: MC/pb

MC: iniciales de la persona que firma la carta; pb: iniciales de la persona que la escribe.

S/ref.: Pedido n.º 1428



Figura 5.3. Ejemplo de referencias.

- **Asunto.** Es una síntesis del contenido de la carta, de manera que facilita al destinatario de la misma el conocer su contenido de un solo vistazo, o de una manera rápida. Suele colocarse debajo de las referencias y, en ocasiones, va antepuesto al saludo inicial (Figura 5.4).

Asunto: Reclamación

Asunto: Anulación pedido

Figura 5.4. Ejemplo de asunto.

- **Saludo.** Es el tratamiento inicial que se establece con el destinatario de la carta; por esto, es muy importante adaptar el saludo al destinatario de la misma. Debe evitarse utilizar abreviaturas, ha de ser sencillo y breve y alejado de exageraciones.

La Tabla 5.1 muestra algunos ejemplos de saludos más usuales.

Tabla 5.1. Saludos más utilizados en cartas comerciales

Señor/a:	Señores/as:
Distinguido/a señor/a:	Distinguidos/as señores/as:
Estimado/a propietario/a:	Estimado/a señor/a de la casa
Estimado/a señor/a:	Estimados/as señores/as:
Muy señor/a mío:	Muy señores/as míos:
Respetable doctor/a:	Señor/a gerente:

5.2.2. Texto o cuerpo de la carta

El **cuerpo o texto** es la parte del documento donde se describe el mensaje que se quiere comunicar al destinatario, que comienza haciendo una referencia o indicando el motivo del escrito, para seguir desarrollando la idea principal y llegar a la conclusión final. Es, por tanto, la parte fundamental de la carta comercial, por lo que conviene seguir una serie de recomendaciones para no cometer errores:

- Se utilizará un vocabulario cortés, amplio, agradable y no repetitivo. Se evitarán expresiones pomposas.

- Se dirigirá siempre al destinatario de usted.
- Se expondrá la idea o el motivo de la carta con orden y de una manera clara y concisa. Nunca se introducirán temas personales.
- Los diferentes asuntos o ideas a tratar serán separados por párrafos.

La Tabla 5.2 muestra algunos ejemplos de frases que se utilizan para comenzar a redactar una carta comercial:

Tabla 5.2. Frases introductorias más utilizadas en cartas comerciales

Les comunicamos...	Confirmo las condiciones de...
El motivo de esta carta...	Debido a los problemas de...
Tras el éxito del...	Le adjunto el acta...
El próximo mes...	Nos dirigimos a Ustedes...
Nos es grato comunicarles...	Según su factura número...
Acusamos recibo de...	En nuestra carta de fecha...
Nos complace comunicarles...	Les remitimos...
Les agradeceríamos...	Recibimos su carta fecha...
Pongo en su conocimiento...	Nos referimos a su amable...
Agradeceríamos que nos avisaran...	Agradecemos su confianza...
Agradecemos mucho su atenta...	Muchas gracias por...
Tenemos el agrado de...	Vimos sus artículos en la feria...
Hemos observado...	Hace unos días vimos...
Lamento comunicarle...	El alza de precios que últimamente...
Contrariamente a su costumbre...	Según su factura número...

5.2.3. Cierre

El **cierre** es la parte final de la carta y consta de:

- **Frase de despedida** (Tabla 5.3).

Tabla 5.3. Ejemplos de frases de despedida

Le saludamos atentamente.	Les saludamos cordialmente.
Atentamente.	Muy atentamente.
Reciba un cordial saludo.	Con atentos saludos.
En espera de sus noticias, les saluda atentamente.	Sin otro particular, reciba un cordial saludo.
Aprovechamos la ocasión para saludarles muy atentamente.	Agradeciéndole la cooperación, les saludamos muy atentamente.
Esperamos seguir viéndonos favorecidos con sus pedidos y le saludamos atentamente.	Agradeciéndole la confianza depositada en nosotros, reciba un cordial saludo.
No dudamos que nuestra oferta será de interés para ustedes; les saludamos atentamente.	



- **Antefirma y firma.** La **antefirma** se pone para expresar el nombre de una empresa, y debajo de la misma, se sitúa la firma (a mano) de la persona responsable de la carta. Debajo de la firma se escribe el nombre, el apellido y el cargo que ocupa (Figura 5.5).

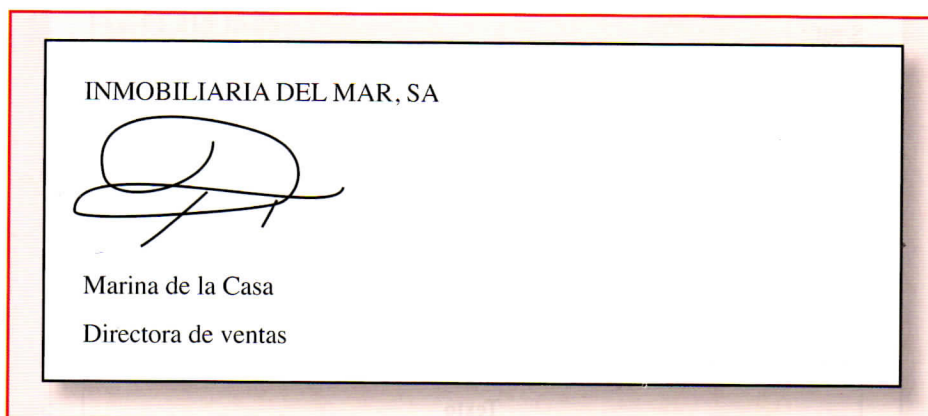


Figura 5.5. Ejemplo de antefirma y firma.

Si quien envía la carta es una empresa individual, no lleva antefirma; solo se pondrá la firma (Figura 5.6).

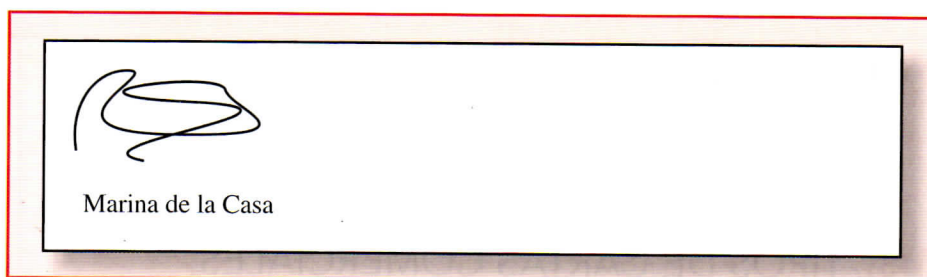


Figura 5.6. Ejemplo de firma.

En ocasiones, la persona que tiene que firmar la carta está ausente; en este caso, si ha dejado a una persona que sustituya su cometido, esta firmará haciendo constar las abreviaturas siguientes:

- **P.A.** (por autorización).
 - **P.O.** (por orden).
 - **P.P.** (por poder).
- **Anexos, anejo, adjunto.** Son expresiones que se utilizan para indicar que hay documentos que se incluyen relacionados con la carta comercial; se indica al final de la carta (Figura 5.7).

La inclusión en las cartas comerciales de las **posdatas** y **observaciones** debe evitarse en lo posible. Una de las principales recomendaciones para la redacción de una carta comercial es la exposición de las ideas en forma ordenada y concisa, por lo que el uso de estas notas al final del escrito da una imagen de olvido o desorden.

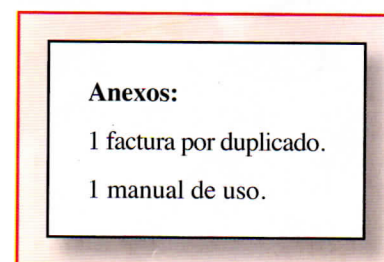


Figura 5.7. Anexos.

Membrete	
N/ref.:	
S/ref.:	
Asunto:	
<div style="text-align: right;">Destinatario</div>	
Fecha	
<div style="border: 1px solid black; height: 100px; margin: 10px auto; width: 80%;"></div> Texto	
Antefirma	
Firma	

Figura 5.8. Modelo de carta comercial.



5.3. TIPOS DE CARTAS COMERCIALES

Hay diferentes tipos de cartas comerciales. Dependiendo de su finalidad se utilizarán un lenguaje y un tono adecuados a lo que se va a decir. No es lo mismo escribir una carta de oferta de artículos que escribir una carta de devolución de mercancías; tampoco se puede utilizar el mismo tono ni el mismo lenguaje en una carta de petición de información, que en una carta de reclamación de pagos.

A continuación estudiaremos los diferentes tipos de cartas que se utilizan más comúnmente.

5.3.1. Cartas de oferta

Tanto la empresa que acaba de constituirse y que quiere dar a conocer sus productos, como la empresa ya constituida y que tiene un nuevo producto, utilizan la **carta de oferta** (Figura 5.9) para introducirse en el mercado y presentar sus nuevos artículos a clientes potenciales.

En estas cartas deben explicarse con claridad, con argumentos convincentes, las ventajas que presentan los productos, exponiendo con detalle, si es el caso, cada característica que les diferencia de los que ya hay en el mercado. También se pue-

AGENDAS, SA

Guadiana, 23

28080 Madrid

Tfno: 91 215 15 15

Fax: 91 215 15 25

Correo electrónico: comercial@agendas.es

**Regalos de empresa, SL**

A:/Jefe departamento de compras

Baix, 980

08028 Barcelona

N/ref.: IC**Asunto: Nuevas agendas**

Madrid, 20 de abril de 20XX

Estimado/a Señor/a:

Nos dirigimos a usted para informarle que dentro de dos meses lanzamos un nuevo modelo de agenda «Luxus» tamaño DIN-A4, semana a la vista.

Si desea más información sírvase llamarnos. Adjunto le enviamos el catálogo del producto así como una lista de precios.

Un cordial saludo,

AGENDAS, SA**Ignasi Casal****Jefe de Ventas**

Anexos: 2

Figura 5.9. Ejemplo de carta de oferta con estilo profesional.

den ofrecer precios especiales. En ocasiones, se adjuntan folletos de la mercancía en cuestión.

5.3.2. Cartas de petición de información

Antes de hacer un pedido, las empresas recogen información de diferentes proveedores: precios, condiciones de entrega, condiciones de pago, fecha de entrega, etc., para de esta manera, comparar y elegir el más conveniente.

La Figura 5.10 muestra un ejemplo de carta de petición de información con estilo moderno modificado.



CERÁMICAS, SL

Font, 47-49

08030 Barcelona

Tfno.: 93 259 25 29

Fax: 93 259 25 20

Correo electrónico: ceramicas@barro.es**BARROS, SL**

Tajo, 120

45005 Toledo

Barcelona, 28 de abril de 20XX

Muy Señores míos:

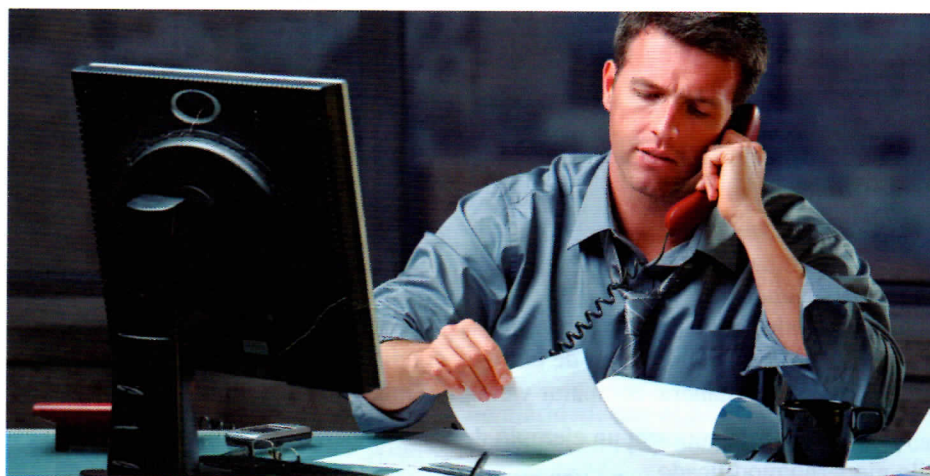
Vimos sus artículos en la Feria de Muestras de Barcelona hace un mes. Nuestra empresa está interesada, principalmente, en sus vajillas y lámparas de mesa.

Les agradeceríamos nos mandaran una lista de precios, sus condiciones de venta y plazos de entrega.

En espera de sus noticias, les saludamos atentamente,

CERÁMICAS, SL**Pau Vernell****Director de compras**

Figura 5.10. Carta de petición de información con estilo moderno modificado.



5.3.3. Cartas de pedido

Actualmente, muchas empresas utilizan el fax, el teléfono o el correo electrónico para hacer los pedidos sin necesidad de escribir una carta; no obstante, es recomendable hacerlo siempre por escrito.

Al hacer un pedido, se adquiere un compromiso, por lo que se ha de expresar con todo detalle qué productos, precios y condiciones se desean.

Las Figuras 5.11 y 5.12 muestran sendos ejemplos de cartas de pedido.

**REGALOS DE EMPRESA, SL**

Baix, 980

08028 Barcelona

Tfnos.: 93 028 02 80/81

Fax: 93 028 02 79

Correo electrónico: regalos@empresa.es



Agendas, SA
A:/Señor Casal
Guadiana, 23
28080 Madrid

N/ref.: NM/DC

S/ref.: IC

Asunto: Pedido n.º 201

Barcelona, 10 de junio de 20XX

Distinguido Señor Casal:

Agradecemos mucho su atenta carta de referencia arriba indicada, en la que nos anunciaba un nuevo modelo de agenda.

Vistos el catálogo y la lista de precios, les adjuntamos nuestra nota de pedido n.º 201, rogándoles consideren las condiciones estipuladas en la misma.

En espera de sus noticias, les saluda atentamente,

REGALOS DE EMPRESA, SL

Noemí Mira

Directora de compras

Anexo: Nota de pedido

Figura 5.11. Carta de pedido con estilo moderno.

REGALOS DE EMPRESA, SL

Baix, 980

08028 Barcelona

Tfnos.: 93 028 02 80/81

Fax: 93 028 02 79

Correo electrónico: regalos@empresa.es

**Agendas, SA**

A:/Señor Casal

Guadiana, 23

28080 Madrid

N/ref.: NM/DC**S/ref.:** IC**Asunto:** Pedido n.º 201

Barcelona, 10 de junio de 20XX

Distinguido Señor Casal:

Recibimos su carta de fecha del 10 de abril pasado. Vistos el catálogo y la lista de precios, envío a usted el siguiente pedido:

- 1000 Agendas «Luxus», Ref.: 343
- 2000 Agendas «Curtis», Ref.: 339

Agradeceríamos que nos enviaran el presente pedido por la agencia de transportes «Mec Exprés».

Para el pago del importe total: 7832 € (siete mil ochocientos treinta y dos euros), nos girarán dos efectos a 60 y 90 días.

En espera de sus noticias, les saluda atentamente,

REGALOS DE EMPRESA, SL**Noemí Mira****Directora de compras****Anexo:** Nota de pedido

Figura 5.12. Carta de pedido con estilo moderno.



5.3.4. Cartas de envío de mercancías

En estas cartas se informa al cliente que el pedido ya está en camino.

La Figura 5.13 muestra un ejemplo de carta de envío de mercancías.

AGENDAS, SA

Guadiana, 23

28080 Madrid

Tfno: 91 215 15 15

Fax: 91 215 15 25

Correo electrónico: comercial@agendas.es

**REGALOS DE EMPRESA, SL**

A:/Noemí Miras

Baix, 980

08028 Barcelona

N/ref.: **IC**S/ref.: **NM/DC**Asunto: **Envío pedido**

Madrid, 30 de junio de 20XX

Estimada Señora Miras:

Nos referimos a su pedido n.º 201 de fecha 10 de junio de 20XX, y pongo en su conocimiento que hemos aceptado las condiciones por usted estipuladas y que la mercancía se facturará a través de la agencia de transportes «Mec Exprés» el próximo día 12 de julio de 20XX.

Esperamos seguir viéndonos favorecidos con sus pedidos y le saludamos atentamente.

AGENDAS, SA**Ignasi Casal****Jefe de ventas**

CIF G-97790110 Inscrita en el Registro Mercantil con el número 1212, folio 320

Figura 5.13. Carta de envío de mercancías con estilo profesional.

5.3.5. Cartas de reclamación de mercancías

Estos tipos de cartas se deben redactar teniendo cuidado en elegir cuidadosamente el lenguaje que se emplea, pues son consecuencia de que en el proceso de recepción del pedido realizado algo no ha ido bien, porque se han recibido mercancías en mal estado, ha habido una demora en la entrega, etcétera.

La Figura 4.14 muestra un ejemplo de carta de reclamación de mercancías.



REGALOS DE EMPRESA, SL

Baix, 980

08028 Barcelona

Tfnos.: 93 028 02 80/81

Fax: 93 028 02 79

Correo electrónico: regalos@empresa.es

**Agendas, SA****A:/ Señor Casal**

Guadiana, 23

28080 Madrid

N/ref.: TM/JA**S/ref.:** IC**Asunto:** Reclamación pedido

Barcelona, 20 de julio de 20XX

Señor Casal:

Le comunicamos que a fecha de hoy nuestro pedido nº 201 hecho el día 10 de junio de 20XX aún no ha llegado.

Nos hemos puesto en contacto con la agencia de transportes «Mec Exprés» y ellos nos informan de que no tienen ningún pedido para nosotros.

Rogamos que clarifique esta situación y nos haga llegar a la mayor brevedad posible la mercancía.

Con nuestros atentos saludos

REGALOS DE EMPRESA, SL**Tom Nauy****Jefe de almacén**

Figura 5.14. Carta de reclamación de mercancías con estilo moderno.

5.3.6. Cartas de reclamación de pagos

Al escribir estas cartas se ha de tener en cuenta que pueden haber diversos motivos para el impago: desde un error en el sistema de anotación a una situación económica desfavorable o sencillamente, no tener ninguna intención de pagar. Se ha de pensar en todas las posibilidades a la hora de utilizar el lenguaje; de esta manera se evitarán malentendidos entre las dos empresas.

La Figura 5.15 muestra un ejemplo de carta de reclamación de pagos.



THANK YOU FOR YOUR BUSINESS!

La Figura 5.16 muestra un ejemplo de carta circular.

INMOBILIARIA TOLEDOT, SA

Cuesta Alta, 7
45001 Toledo

Toledo, a 15 de marzo de 20XX

Al hacerles entrega de las llaves de la vivienda que ustedes nos han adquirido, queremos, ante todo, agradecerles la confianza que a través de su compra han depositado en nosotros.

Desde el momento de la entrega de su vivienda, tienen ustedes un plazo de 15 días para comunicar a nuestro departamento de atención al cliente los repasos que consideren deben realizarse.

Les recomendamos que al efectuar la revisión de su vivienda, en cuanto a acabados de la misma, comprueben todos los elementos que la componen: pintura, carpintería, alicatados, etc., con el mayor detenimiento y atención, y anoten, en la hoja adjunta, los repasos que consideren deben realizarse.

A partir de ahora, cuentan ustedes con el departamento de atención al cliente para aclararle cualquier duda o consulta que puedan surgirle.

INMOBILIARIA TOLEDOT, SA

Isabel Pérez
Directora de ventas

Figura 5.16. Carta circular con estilo evolucionado.



Resumen de conceptos

El **papel** que se utiliza en las cartas comerciales debe ser de color claro, tamaño DIN-A4 y con membrete impreso. Es conveniente que los sobres hagan juego con el papel.

Las **cartas comerciales** nunca se escriben a mano; se confeccionan con el ordenador y deben ser escritas de forma clara, sencilla y concisa.

Las cartas comerciales no deben presentar errores de sintaxis, ortografía o puntuación.

En las cartas comerciales siempre se emplea el «usted» o «le».

Hay que utilizar un vocabulario cortés, amplio, agradable y no repetitivo.

Se expone la idea o motivo de la carta con orden y de una manera clara y concisa, separando los diferentes asuntos o ideas a tratar por párrafos.

Las cartas comerciales pueden realizarse en estilo **moderno**, **moderno modificado**, **profesional** o en **estilo evolucionado**.

Todas las cartas comerciales se componen de tres partes:

- El **encabezamiento**, que contiene el membrete, el destinatario, las referencias, el lugar y fecha en que se escribe la carta.
- El **texto** de la carta, que es la parte del documento donde se escribe el mensaje.
- El **cierre**, que es la parte final de la carta y consta de: frase de despedida, antefirma, firma y si hubiere, anexos o adjuntos.

Hay distintos tipos de cartas comerciales y dependiendo de la que se esté redactando y lo que se quiera decir, se utilizará el lenguaje más adecuado.

Hay cartas comerciales de oferta, cartas de petición de información, cartas de pedido, cartas de envío de mercancías, cartas de reclamación de mercancías, cartas de reclamación de pagos y las cartas circulares.