

OLGA MACÍKOVÁ, LUDMILA MLÝNKOVÁ

NOVÁ OBCHODNÍ ŠPANĚLŠTINA

ZLEPŠETE SVŮJ PÍSEMNÝ
I ÚSTNÍ PROJEV



MP3 s ukázkami obchodních dialogů

edika.

Nová obchodní španělština

Vyšlo také v tištěné verzi

Objednat můžete na
www.edika.cz
www.albatrosmedia.cz

edika.

Ludmila Mlýnková, Olga Macíková
Nová obchodní španělština – e-kniha
Copyright © Albatros Media a. s., 2022

Všechna práva vyhrazena.
Žádná část této publikace nesmí být rozšiřována
bez písemného souhlasu majitelů práv.

ALBATROS  **MEDIA**

Ludmila Mlýnková, Olga Macíková

Nová obchodní španělština

**Edika
Brno
2015**

Contenido | Obsah

. Presentación Předmluva	5
. Lista de los ejercicios audio Seznam nahrávek	7
1. Introducción al mundo de los negocios Úvod do problematiky obchodování	9
2. Formas básicas de la comunicación escrita Základní formy psané komunikace	31
3. El empleo Zaměstnání	51
4. Demanda y oferta Poptávka a nabídka	73
5. Pedidos y reclamaciones Objednávka a reklamace	95
6. Otros tipos de mensajes Jiné druhy sdělení	123
7. Transporte de mercancías Doprava zboží	151
8. Condiciones de entrega INCOTERMS y el seguro Dodací podmínky INCOTERMS a pojištění	177
9. Condiciones de pago Způsoby placení	197
10. El contrato de compraventa Kupní smlouva	225
. Lista de las abreviaturas Seznam zkratk	255
. Vocabulario español-checo Španělsko-český slovníček	257
. Vocabulario checo-español Česko-španělský slovníček	273
. Clave de ejercicios Klíč ke cvičením	297
. Bibliografía Bibliografie	317

PŘEDMLUVA

Učebnice, kterou jste právě otevřeli, vás provede úskalími španělského obchodního jazyka. První verze této knihy vyšla v roce 2005 a od té doby se ve světě obchodu mnoho změnilo. Týká se to především způsobu komunikace, placení, dopravy a dodacích podmínek. Na všechny tyto změny učebnice reaguje.

Výklad je rozdělen do 10 kapitol, ve kterých nahlédnete do problematiky obchodování se Španělskem a španělsky mluvícími zeměmi. Naučíte se základům obchodní korespondence, včetně některých specifických španělských typů sdělení, jako jsou např. *saluda*, *instancia* apod. Dozvíte se řadu podstatných faktů týkajících se dopravy zboží, pojištění a platebních podmínek a, v neposlední řadě, vám nabídneme mnoho taktických rad, jak si počínat při obchodním jednání.

Každá kapitola obsahuje úvodní výkladový text, přehled nejběžnějších frází, slovní zásobu a poznámky ke stylu ekonomického jazyka. Cvičení jsou rozdělena do dvou částí: První část je věnována nácvičku nové slovní zásoby a frazeologie, zatímco druhá část je zaměřena na praktické použití nabytých znalostí. Do každé lekce je zařazeno jedno nebo více poslechových cvičení. Na konci učebnice najdete přehled nejpoužívanějších obchodních zkratk, španělsko-český a česko-španělský kontextuální slovník a klíč ke cvičením.

Snažily jsme se o to, aby učebnice nebyla nudná a abychom vám i ty nejsuchopárnější partie zprostředkovaly co nejsrozumitelnějším způsobem. Doufáme, že se nám to podařilo a že se vám s touto učebnicí bude dobře pracovat a bude vám užitečná v praxi.

Na tomto místě bychom také rády poděkovaly PhDr. Olze Vilímkové, PhD., za cenné rady a připomínky týkající se obchodních zvyklostí v Latinské Americe a Mgr. Gustavovi Mongemu za pečlivou korekturu.

Autorky

SEZNAM NAHRÁVEK

Lección 1 – Introducción al mundo de los negocios

 01 – ejercicio 16.	26
---	----

Lección 2 – Formas básicas de la comunicación escrita

 02 – ejercicio 14.	47
---	----


Lección 3 – El empleo

 03 – ejercicio 15.	67
---	----

 04 – ejercicio 17.	68
---	----


Lección 4 – Demanda y oferta

 05 – ejercicio 8	89
---	----

 06 – ejercicio 12.	90
---	----

Lección 5 – Pedidos y reclamaciones


 07 – ejercicio 9	116
---	-----

 08 – ejercicio 13.	118
---	-----

 09 – ejercicio 15.	119
---	-----


Lección 6 – Otros tipos de mensajes


 10 – ejercicio 11.	145
---	-----


 11 – ejercicio 15.	146
---	-----

Lección 7 – Transporte de mercancías

 12 – ejercicio 10 A	169
--	-----


 13 – ejercicio 10 B	170
--	-----


 14 – ejercicio 10 C	170
--	-----

 15 – ejercicio 14.	173
---	-----

Lección 8 – Condiciones de entrega INCOTERMS y el seguro


 16 – ejercicio 15 (Enrique).	192
---	-----

 17 – ejercicio 15 (Carmen).	192
--	-----

 18 – ejercicio 17.	193
---	-----

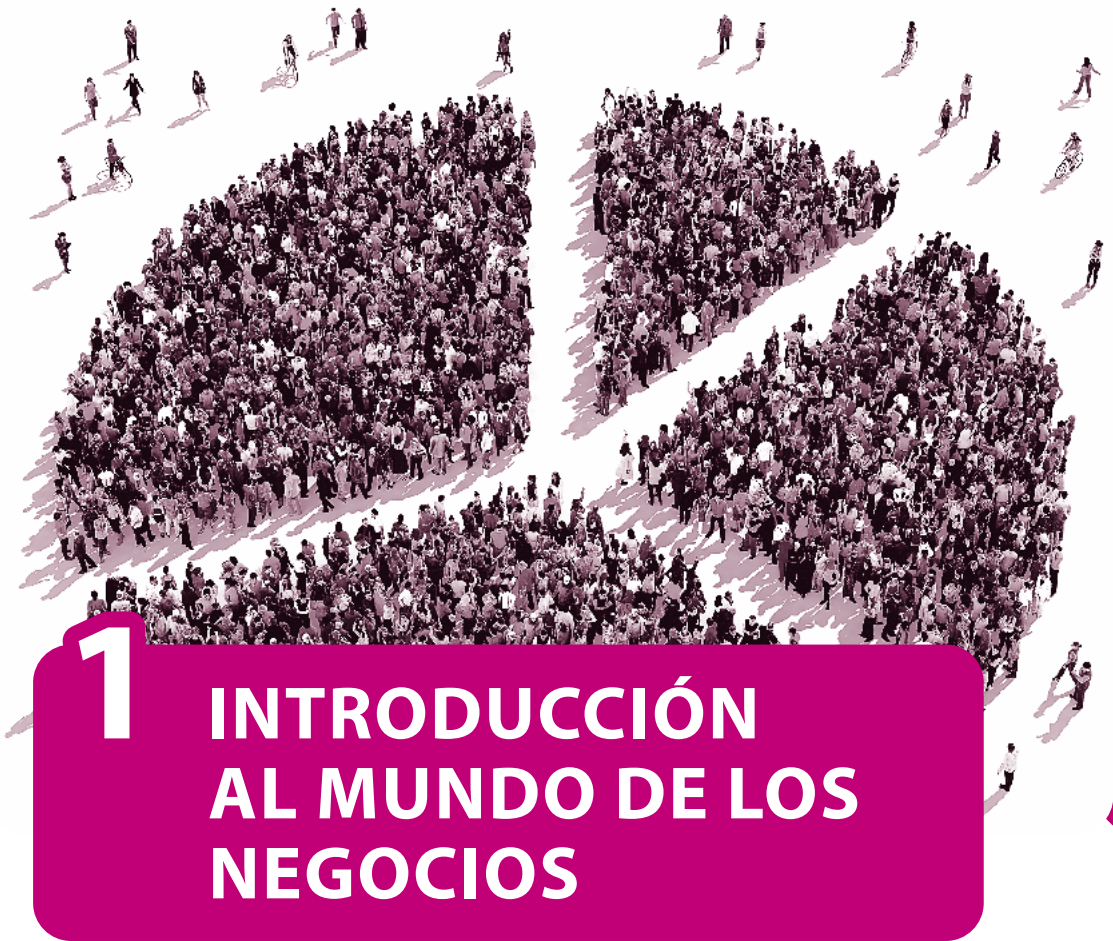
Lección 9 – Condiciones de pago

 19 – ejercicio 14.	219
---	-----

 20 – ejercicio 16.	220
---	-----

Lección 10 – El contrato de compraventa

 21 – ejercicio 11.	247
---	-----



1 INTRODUCCIÓN AL MUNDO DE LOS NEGOCIOS

La globalización se ha reflejado mucho en la economía, eliminando trabas al comercio y agilizando las negociaciones entre gobiernos, y también entre empresas e instituciones que intervienen en las relaciones de intercambio internacionales.

Por una parte, se han simplificado los procesos de compra-venta, por otra parte, ha surgido otro tipo de relaciones comerciales, como empresas mixtas, franquicias, etc. Todas esas operaciones requieren el dominio de las bases de negociación internacional y el lenguaje adecuado. Esto no es, por sí solo, clave del éxito. Además de los principios generales de la negociación, es preciso familiarizarse con los rasgos específicos de cada nación o país con el que se quiere hacer negocios.

¿Qué hay que saber para negociar con/en España?

Para el país es característica una descentralización muy marcada, lo que conlleva un regionalismo tradicionalmente desarrollado y que, a su vez, tiene impacto en todos los sectores de la vida política, comercial y social. Las siguientes observaciones y consejos que encontrará en este capítulo son muy generales, ya que hay diferencias bastante grandes, p. ej. entre los negociadores catalanes y andaluces, entre vascos y extremeños, etc.

Uno de los requisitos para toda persona que se proponga hacer negocios con España es el conocimiento de la lengua española. Generalmente, a los españoles no les gusta mucho hablar idiomas extranjeros y, además, sienten gran estima por su propio idioma. Claro que los hombres y mujeres de negocios hablan inglés, pero no es recomendable sobrevalorar su importancia en el mercado local.

Además de la lengua española (o el castellano), en seis Comunidades Autónomas están reconocidas lenguas cooficiales, como son **el catalán** y sus variantes (en Cataluña, Comunidad Valenciana e Islas Baleares), **el euskera** o **el vascuence** (en el País Vasco y Navarra) y **el gallego** en Galicia. En caso de que un extranjero hable una de estas lenguas, ya tiene una inmensa ventaja comparativa en el momento de las negociaciones.

A la hora de concertar una **cita de negocios** hay que tener en cuenta el calendario español y escoger una fecha apropiada. Además de las fiestas nacionales, las comunidades autónomas o ciertas ciudades tienen sus fiestas locales, lo que supone una gran diferencia regional en cuanto a días festivos. En relación con las fiestas hay que contar también con el fenómeno de los puentes.

Tampoco el mes de agosto es apropiado para las negociaciones, o viajes de trabajo a España, porque se trata del período de vacaciones casi generales y la vida normal está, en gran medida, paralizada. Lo mismo podemos decir sobre fin del año: el período entre el 15 de diciembre y el 6 de enero (los Reyes Magos) no es conveniente para los negocios.

El factor cultural interviene también al elegir la hora de la cita. Es bien sabido que el horario español difiere bastante del nuestro. Se empieza a trabajar más tarde; se come mucho más tarde (entre las 2 y 4), y a la comida está destinado más tiempo que en nuestro país, por lo que se trabaja hasta tarde; y se cena después de las 9.

En España, la mayoría de las **reuniones informales de negocios** se celebran alrededor de la comida. Los españoles están muy orgullosos de su cultura y gastronomía, y la comida es uno de los temas principales de las conversaciones sociales. Por tal motivo, es importante probar todo lo típico que nos ofrezcan.

Otro objetivo de las comidas (u otras reuniones informales) es conocer a la(s) persona(s) con que se está haciendo el negocio, tanto su situación familiar como su grado de cultura. También es importante que el extranjero esté familiarizado con los principales acontecimientos históricos y actuales de España. Es recomendable empezar en las conversaciones por temas generales, como el clima y el tiempo, los deportes (sobre todo el fútbol), la cultura, etc. Para los españoles es muy importante y placentera la llamada **sobremesa**. La sobremesa puede durar desde media hora hasta varias horas, dependiendo del tiempo disponible. Se aprovecha para tomar café, una copa, etc. y, sobre todo, para conversar.

En las relaciones profesionales son muy frecuentes las comidas y cenas de negocios. Los desayunos de trabajo no son muy usuales.



Las relaciones personales son bastante importantes a la hora de hacer negocios. Cuanto más cordiales sean las relaciones personales, más probable y fácil será concluir el negocio y, por consiguiente, mantener relaciones duraderas con nuestros socios. Sin embargo, las invitaciones a casa de los socios se producen tan solo cuando se conocen muy bien, están enterados de las condiciones familiares del otro y, eventualmente, conocen ya a la esposa/al esposo de otros eventos sociales. Para tales invitaciones se pueden llevar flores para la señora o caramelos para los niños.

El factor tiempo y su administración difieren mucho de nuestra noción del tiempo. Tenemos que acostumbrarnos al hecho de que los españoles, en general, no son muy puntuales y no planifican mucho el futuro. Ellos mismos dicen que tienen otra noción del tiempo que los centro y norteamericanos, que controlan el tiempo para ahorrarlo¹. Un retraso de nuestro socio de cinco o diez minutos, hasta media hora, es normal. Cuanto más alta sea la categoría del visitante, tanto más tratan de ser puntuales los españoles. En las relaciones sociales informales la puntualidad es un fenómeno casi desconocido. Se recomienda a los extranjeros que acudan a una cita informal (cena en casa, etc.) unos quince minutos más tarde de la hora convenida para no sorprender a los anfitriones y no pescarlos “en paños menores”.

También el transcurso mismo de la cita puede sorprendernos por no ser tan exacta y centrada en el tema básico de la negociación. En el folleto del ICEX² (Instituto Español de Comercio Exterior) España está incluida entre las llamadas culturas policrónicas cuyas características son las siguientes:

- 1 En el libro *La comunicación informal en los negocios* (Ana María Brenes García y Wanda Lauterborn, Arco/Libros, 2002), podemos leer: “Se piensa que las relaciones personales y el bienestar del individuo deben prevalecer sobre el tiempo, que pierde el carácter concreto y se vuelve “fluido”. (pág. 117)
- 2 Llamazares García-Lomas, O.: *Aspectos clave en la negociación internacional*. 2. vyd. Madrid: ICEX, 2011, pág. 21–22.

USO DEL TIEMPO POR LOS EJECUTIVOS O DIRECTIVOS

Culturas monocrónicas (Tiempo M)	Culturas policrónicas (Tiempo P)
<ul style="list-style-type: none"> • Se hace una sola cosa a la vez. • Concentración en el trabajo en curso. • El compromiso con las fechas y plazos es prioritario. • Compromiso con la tarea que se realiza. • Se solicita mucha información y se valora disponer de ella. • Se trabaja de forma metódica y a ritmo regular. • Argumentos basados en cifras, causas y consecuencias. • Respeto a las citas acordadas y puntualidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se hacen varias cosas a la vez. • Se pasa de una tarea a otra. • Las fechas y plazos son un objetivo revisable. • Compromiso con las personas que encargan una tarea. • Interesa disponer de información hasta cierto punto. • Se trabaja de una manera intensa pero a un ritmo no sostenido. • Argumentos basados en razonamientos. • Flexibilidad en las citas acordadas y en la puntualidad.

Aunque le puedan parecer largas las negociaciones, lo más importante es tener paciencia y no obligar a los españoles a tomar decisiones rápidas. La conquista del cliente será rentable en el futuro ya que otro de los rasgos característicos de los compradores españoles es su gran fidelidad al abastecedor.

No es fácil dar recomendaciones generales sobre el uso de las distintas maneras de **tratamiento** de una persona. Aunque se tiende cada vez más a la informalidad, en las primeras negociaciones es obligatorio usar el tratamiento de **usted/ustedes**, lo mismo que en la correspondencia comercial. Si ya llegamos a un cierto grado de conocimiento mutuo, o negociamos desde hace algún tiempo, se puede proceder al tuteo. Dentro de la empresa, el uso de tratamiento depende del rango profesional (para tratamientos especiales, véase el capítulo 2). Los títulos académicos casi no se usan, excepto algunas ocasiones especiales cuando hay que destacar la cualificación de cierta persona.

Las culturas hispánicas aprecian mucho **el contacto físico y la apariencia física**. Se acostumbra estrechar la mano al saludar; los hombres se abrazan dándose, a veces, golpes en la espalda; las mujeres se besan en las dos mejillas (en América Latina se dan sólo un beso), lo mismo que los hombres y mujeres entre sí, si se conocen ya.

A pesar de la mencionada tendencia a la informalidad en la sociedad, empresas y negociaciones, en las reuniones informales de negocios se exige cierta etiqueta en la indumentaria. Para ellos es imprescindible un traje elegante y zapatos de cuero, desde luego, perfectamente lustrados. Ellas visten trajes sastre, etc. Las mujeres españolas lucen, con mucho gusto, accesorios – bisutería de marca, joyas, chales, etc. – todo de alta calidad, aunque los sombreros no son usuales.

Los extranjeros deberían preguntar siempre por el carácter de la reunión o cita, y así evitar meteduras de pata. Hay ocasiones y lugares (clubes, etc.) que exigen una indumentaria muy formal

(chaqué, etc.). La ropa elegante nunca perjudica la imagen del hombre de negocios, mientras que la indumentaria demasiado informal puede parecer falta de respeto hacia los anfitriones. Si los españoles indican que es una cita informal (cena, comida, etc.), quieren decir que no es necesario ponerse corbata o traje completo. No significa, sin embargo, que se pueda llevar ropa y zapatos de deporte, pues habitualmente se supone pantalón y camisa.

Cabe mencionar que **las mujeres españolas** están plenamente integradas en el mundo de los negocios. No obstante, en los puestos directivos forman solo un 10%³, lo que no sorprende mucho, ya que en toda la Unión Europea el porcentaje de mujeres-directivas asciende a un 12%.

¿Cómo comerciar en América Latina?

Dadas las raíces históricas y relaciones entre España y los países hispanohablantes de América Latina, varios de los rasgos característicos son iguales, o similares a los españoles. Otros detalles que juegan un papel importante en España son todavía más importantes en América Latina (p. ej., conocimiento de la lengua española, relaciones personales, etc.).

Para tener éxito hay que llevar las negociaciones en **la lengua del socio**, es decir, en español. Los ejecutivos de las empresas generalmente no hablan bien inglés. Muchos jóvenes estudian el inglés o estudian en el extranjero (los hijos de los dueños de las empresas importantes), pero los directores pertenecen generalmente a la generación mayor para los que los estudios en el extranjero no fueron comunes.

En relación con la lengua pueden sorprender a los negociadores que están acostumbrados al español peninsular algunos fenómenos lingüísticos. Existen diferencias en la pronunciación y, además, difieren algunas palabras, no solo de las expresiones peninsulares, sino que también hay diferencias entre los mismos países latinoamericanos:

- **estar parado** = estar desocupado (Argentina), estar cesante (Chile)
- **trabajo temporal** = changa/changuita (Argentina), pololo/pololito (Chile), trabajo transitoria (México), etc.

Pero lo más sorprendente en algunos países es el uso del llamado *voseo*, es decir, el uso del pronombre especial *vos* en vez de *tú*. También el verbo tiene formas especiales, desapareciendo todas las irregularidades. No obstante, el voseo no es idéntico en todas las regiones voseantes.

En América Latina tampoco se usa la segunda persona del plural, y para el tratamiento de más personas se utiliza *ustedes*.

Para el éxito de las negociaciones comerciales (venta de productos, etc.) es muy importante que **las negociaciones se desarrollen personalmente**, al menos los primeros contactos. La presencia del representante de la empresa checa que tiene competencias decisivas en el lugar es necesaria. Es frecuente que el representante checo sea invitado a la casa del empresario latinoamericano, al almuerzo o *piknik* dominical donde se encuentra toda la familia del empresario; a la fiesta del bautizo; incluso, al apadrinamiento del niño por el consocio. Se espera del empresario extranjero el mismo comportamiento. Pequeños regalos o la invitación a visitar la empresa en Europa ayudan al fortalecimiento de las relaciones y a la venta de productos o servicios.

3 <http://www.abc.es/economia/20140602/abci-mujeres-consejos-201405302201.html>

Al igual que en España, otra diferencia que hay que tener en cuenta es **la percepción del tiempo**. En América Latina la gente generalmente tiene mucho tiempo para todo: para las conversaciones, decisiones, elaboración de los proyectos, pedidos de la compra, realización de los proyectos y, más todavía, para la elaboración de los informes. No se puede esperar el ritmo europeo o su sistema de ejecución del proyecto (plan – realización – evaluación) en un tiempo planeado y acordado por las dos partes. Hay que tener mucha paciencia, y evitar ir con prisa o insistir. Hay que hacer todo con calma. No se pueden hacer recomendaciones o dar buenos consejos, por ejemplo, sobre cómo podría mejorar la organización o la productividad del trabajo en la empresa del socio. Los consejos se interpretan como crítica del sistema del socio y eso llevaría al fracaso de las relaciones.

Para **el aspecto y el contacto físicos** son válidas las mismas pautas que las mencionadas en la parte referente a España. Por otra parte, a diferencia de España, en Latinoamérica es habitual dirigirse a las personas por medio de su **título académico** en las conversaciones formales.

Aunque, actualmente, **más de la mitad de las mujeres** en edad de trabajar forma parte de la fuerza laboral en América Latina, las mujeres ocupan sólo un 1,8% de los puestos directivos.⁴ Más mujeres en los puestos directivos tiene México (un 5%)⁵ y Chile (un 3%). En la vida política la situación es diferente, ya que hay muchas mujeres que participan en el proceso legislativo y ocupan hasta el cargo de presidentas del país.

En la ya mencionada publicación del ICEX se advierte que, al principio, los comerciantes latinoamericanos tratan de obtener grandes beneficios, que van reduciendo paulatinamente por lo que se recomienda partir con un margen amplio y realizar concesiones poco a poco. Cuando se logra una concesión, conviene reconocérselo a la otra parte como una iniciativa suya en vez de insistir en que se ha conseguido por argumentos propios.⁶

UNA CONVERSACIÓN TELEFÓNICA

En algunas ocasiones, si no podemos estar presentes en las negociaciones, o se trata de un asunto de menor importancia, entramos en contacto telefónico con el socio. Hoy en día, obtener la comunicación telefónica con cualquier lugar del mundo es tan fácil que esos contactos forman una parte esencial de todo el proceso de las negociaciones. Por eso, y para no perder tiempo inútilmente, hace falta dominar bien y ágilmente las técnicas y las fórmulas usadas en las llamadas en el país correspondiente.

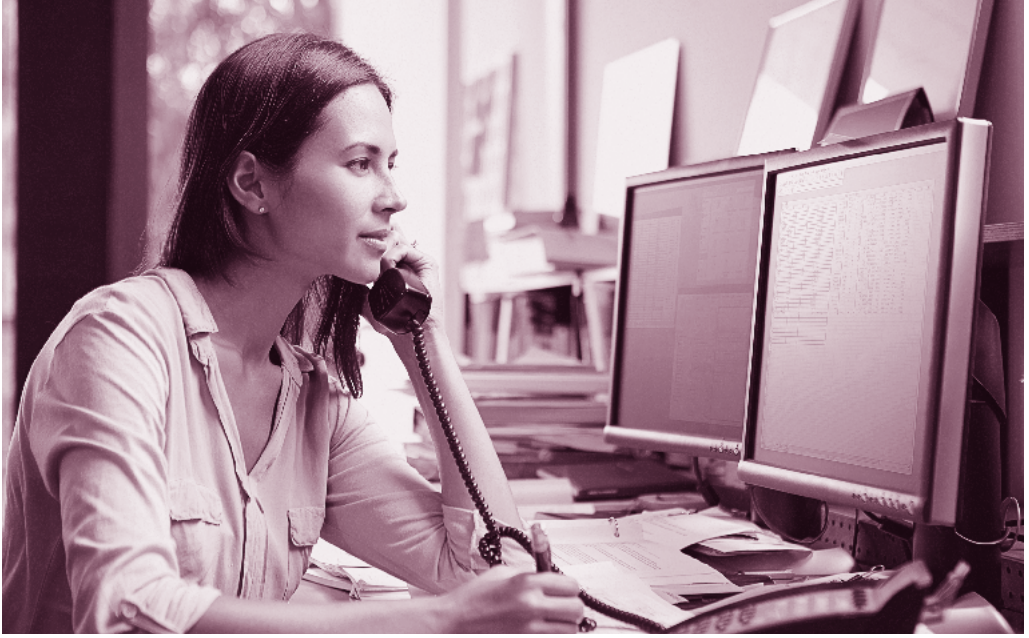
Hay que saber:

- **identificarse**
- **saludar**
- **solicitar la comunicación con una persona o departamento**
- **atender al que llama**
- **dejar un mensaje**
- **disculpase**
- **dar las gracias**
- **despedirse**

4 http://economia.elpais.com/economia/2014/06/05/actualidad/1401989344_243833.html

5 <http://www.elfinanciero.com.mx/archivo/mujeres-directivas-en-solo-de-empresas-1.html>

6 Llamazares García-Lomas, O.: *Aspectos clave en la negociación internacional*. 2. vyd. Madrid: ICEX, 2011, pág. 14.



En el apartado de las *Frases frecuentes – Conversaciones telefónicas* les indicaremos las prácticas más usadas en España. Queremos adelantar que primero se identifica la empresa (o la persona) que recibe la llamada y, a continuación, la persona que llama. Es obvio que antes de la conversación telefónica ya debemos tener preparados todos los datos y argumentos que vamos a necesitar.

1

FRASES FRECUENTES

▪ Saludos de bienvenida

Formales

Buenos días, señor Moratín. ¿Cómo está usted? Bienvenido a Praga.

Dobrý den, pane Moratíne. Jak se máte? Buďte vítán v Praze.

Buenas tardes, señora Vázquez. ¿Cómo se encuentra? Sea usted bienvenida a nuestra empresa.

Dobrý den, paní Váquezová. Jak se máte? Buďte vítána v našem podniku.

Informales

¡Hola, buenos días, amigos! ¿Cómo van las cosas?

Zdravím, přátelé! Jak se vede?

¡Hola, José Antonio! ¿Qué tal?

Nazdar, José Antonio! Jak se vede?

¡Hola, amigo! ¿Cómo te va?

Nazdar, příteli! Jak se vede?

■ Presentaciones y respuestas a estas

Primero, quiero presentarles a los miembros de nuestra delegación. – Encantados de conocerlos.

Quisiera presentarle al señor Ramos, director de nuestro departamento de ventas. – Encantado/a.

Permítame(n) que le/s presente a la señorita Grimaldi que ya conocen de nuestra correspondencia. – Es un placer conocerla, señorita Grimaldi.

Le/s presento a la señora Aguirre, nuestra subdirectora. – Mucho gusto en conocerla.

Nejprve vám chci představit členy naší delegace. – Těší nás, že vás poznáváme.

Chtěl bych vám představit pana Ramose, vedoucího našeho oddělení odbytu. – Těší mě.

Dovolte, abych vám představil slečnu Grimaldiovou, kterou už znáte z naší korespondence. – Těší mě/nás, že vás poznávám/e, slečno Grimaldiová.

Představuji vám paní Aguirre, naši zástupkyni ředitele. – Velice mě/nás těší, že vás poznávám/e.

■ Saludos de despedida

¡Buen viaje y hasta pronto!

¡Adiós! Quedaremos en contacto.

¡Que lo pase bien aquí y hasta mañana!

Les avisaremos pronto. Que tenga un buen viaje y hasta luego. Saludos a su directora.

Šťastnou cestu a brzy na shledanou!

Na shledanou. Zůstaneme v kontaktu.

Ať se vám tady líbí a na shledanou zítra.

Dáme vám brzy vědět. Šťastnou cestu a na shledanou. Vyřídíte pozdrav vaší ředitelce.

■ Agradecimientos

Muchas gracias por la invitación.

Es muy amable de su parte.

Le quedo muy agradecido.

Le agradezco su hospitalidad.

No sabe cuánto se lo agradezco.

Děkuji vám srdečně za pozvání.

To je od vás velmi milé.

Jsem vám velice zavázán/a.

Velice vám děkuji za milé přijetí.

Ani nevíte, jak jsem vám za to vděčný/á.

■ Conversaciones telefónicas

Saludos

Telefónica, buenos días. ¿En qué puedo ayudarle?

Telefónica, dobrý den. Co pro vás mohu udělat?

Cecomex, buenas tardes. Le habla Silvia.
¿Puedo ayudarle en algo?

Cecomex, dobrý den. Mé jméno je
Silvie. Mohu vám s něčím pomoct?

Retevisión, buenas tardes. ¿En qué puedo
servirle?

Retevisión, dobrý den. Co pro vás
mohu udělat?

Identificación y solicitud de comunicación

Soy Alejandro Sanz. ¿Me pone con el
señor Padilla del departamento de personal?

Tady Alejandro Sanz. Můžete mě
spojit s panem Padillou z osobního oddělení?

Soy Pavel Ludvík de la Embajada de la
República Checa. ¿Sería tan amable de
ponerme con el señor Reyerer?

Tady je Pavel Ludvík
z Velvyslanectví České republiky.
Byl/a byste tak laskav/á a spojil/a mě
s panem Reyererem?

Soy Alberto Málek. ¿Se acuerda de mí?
Nos conocimos en la Feria de Brno.

Tady Albert Málek. Vzpomínáte
si na mě? Seznámili jsme se na Brněnském
veletrhu.

Querría hablar con la señora Huerta.

Chtěl/a bych mluvit s paní Huertovou.

¿Podría pasarme con expediciones?

Mohl/a byste mě spojit s expedicí?

Respuesta a la solicitud de comunicación

Un momento, por favor. ¿De parte de quién?

Moment, prosím. Kdo volá?

Le pongo enseguida.

Hned vás spojím.

Enseguida le paso con la señora Huerta.

Hned vám dám paní Huertovou.

Lo siento, pero en este momento
no está en su despacho.

Lituji, ale momentálně není ve své
kanceláři.

Lo lamento, en este momento está reunido.

Lituji, ale právě má schůzi.

Desgraciadamente, el señor Padilla no
está/ha salido.

Bohužel, pan Padilla tady není/
odešel.

En este momento está comunicando.
¿Puede llamar dentro de diez minutos?

Právě mluví. Můžete zavolat za
deset minut?

Su número no contesta. ¿Podría llamar más
tarde?

Nikdo to u něj nebere. Mohl byste
zavolat později?

No se retire, voy a intentar localizarlo.

Nepokládejte, pokusím se ho najít.

Quédese en la línea, le paso con su compañero. Nezavěšujte, spojím vás s jeho kolegou.

Solicitud de identificación del interlocutor

¿Con quién hablo, por favor?	S kým, prosím, mluvím?
¿Cuál es su nombre, por favor?	Jaké je vaše jméno, prosím?
¿Puede decirme/dejarme su nombre, por favor?	Můžete mi říct vaše jméno, prosím?

Recados para otra persona

¿Quiere dejarle algún recado al señor Padilla?	Chcete nechat panu Padillovi nějaký vzkaz?
Puede dejarle un mensaje. Se lo paso.	Můžete mu zanechat vzkaz. Předám mu ho.
¿Quiere que le diga algo?	Chcete, abych mu něco vyřídil?
¿Podría dejar un mensaje para la señorita Blanco?	Mohl bych nechat vzkaz pro slečnu Blanco?
Por supuesto. ¿De parte de quién?	Zajisté. A od koho?
¿Podría decirle que me llame?	Mohla byste mu říct, aby mi zavolal?
Infórmele por favor de que...	Informujte ho prosím, že...
No se preocupe, seguro se lo digo/diré.	Nemějte obavy, určitě mu to řeknu.
De acuerdo, enseguida se lo comunico.	Jistě, hned mu to sdělím.
En cuanto llegue, se lo entrego.	Předám mu ho hned, jak přijde.

Disculpas y mala comunicación

Disculpe, parece que me he equivocado (de número).	Promiňte, asi jsem se spletl/a //jsem si spletl/a číslo.
Perdón, creo que es un error/una equivocación.	Promiňte, myslím, že je to omyl.
Disculpe, me han conectado mal.	Promiňte, špatně mě spojili.
Disculpe que le llame a esta hora, pero el asunto es muy urgente/corre prisa.	Promiňte, že vám volám v tuto dobu, ale ta záležitost je velmi naléhavá.
¡Oiga!	Haló! (<i>volající</i>)
¡Diga!	Haló! (<i>volaný</i>)
¿Perdón?	Prosím?/Co říkáte?
Lo siento, no le oigo (nada).	Lituji, ale neslyším vás (vůbec).

¿Puede repetirlo? No le oigo bien.
Hay obras en la calle.

Můžete to zopakovat? Neslyším vás dobře.
Na ulici se něco opravuje.

Agradecimientos y despedidas por teléfono

Muchas gracias por su amabilidad y hasta luego.

Mnohokrát vám děkuji za laskavost a na shledanou.

Muchas gracias por su atención, señorita. Adiós.

Mnohokrát vám děkuji, slečno, za vaši trpělivost. Na shledanou.

Le agradezco su ayuda y espero que nos veamos pronto. Hasta la vista.

Děkuji vám za pomoc a doufám, že se brzy uvidíme. Na shledanou.

Poznámka:

Studenti se často dopouštějí chyb při překladu a používání slov **představit se** či **představit někoho někomu** (*presentar*) a **představování** (*presentación*).

Sloveso **presentar** ve významu **představit někoho někomu** má u sebe dva předměty s předložkou **a** (pokud není předmět vyjádřen zájmenem). V případě, že jsou oba předměty vyjádřeny podstatným jménem, vynechává se obvykle u předmětu ve 4. pádě (koho představujeme) předložka **a**, aby nedošlo k nejasnostem (*El director presentó el nuevo vicedirector a los empleados*). Pokud však je představovaná osoba označena vlastním jménem, předložka zůstává zachována (*Voy a presentar a Luis a todos mis socios*).

EJERCICIOS

1. Conteste a las siguientes preguntas.

1. ¿En cuántos países del mundo se habla español? ¿Cuáles son? ¿Conoce sus capitales?
2. ¿Sabe cómo se divide desde el punto de vista administrativo el territorio español?
3. Además del castellano, ¿qué lenguas se reconocen en España como oficiales y dónde?
4. ¿Conoce algunas lenguas indígenas habladas en América Latina?
5. ¿Qué hay que tener en cuenta al escoger una fecha para la cita de negocios?
6. ¿Cómo difiere el horario español del nuestro?
7. ¿Qué errores suelen cometer los emprendedores checos negociando con los hispanohablantes en nuestro país?
8. Según usted, ¿qué significa la famosa expresión “*mañana*” en la cultura hispana?
9. ¿En qué difiere el tratamiento habitual en España y en Hispanoamérica?
10. ¿Cómo se saluda en los países hispanos?
11. ¿Qué papel desempeña la apariencia física en la cultura española?
12. ¿Cuál es su imagen personal de los hispanohablantes, de su cultura y de sus costumbres?
13. ¿Podría comparar la gestión del tiempo en las culturas monocrónicas y las policrónicas?

2. Ya sabe que hay varias diferencias en el léxico peninsular y el latinoamericano. Su tarea es buscar equivalentes de las expresiones en cursiva sirviéndose de la propuesta.

amigo – móvil – gafas – camarero – manta – bañador – ordenador – altavoces – muy buena/ súper – tonto – chico – autobús – eres – conducir – billetes – cerveza – mosquitos – charlando – salón/sala de estar – tú – dinero – la recepción – zumo – americanos /extranjeros – la batería – tienes – enfadada – revisar/controlar – coche – fontanero – melocotón

1. ¿Sabes *manejar*? 2. Juan es un *bobo*, cualquiera lo engaña. 3. Conozco a Antonio desde que era un *chaval*. 4. *Compadre*, ponme una *chela* bien fría. 5. Se le acabó *la pila* a mi *celular*. 6. Olvidé dónde dejé estacionado el *carro*. 7. Mi *computadora* está muy lenta, ¿qué puedo hacer? 8. Pasamos toda la tarde *platicando*. 9. ¿Qué es lo que dijeron por los *altoparlantes*? No oí bien. 10. Ahora abran sus cuadernos y vamos a *chequear* sus deberes. 11. La fiesta de cumpleaños de Carlos fue *bárbara*. 12. *Compadre*, ¿me invitas a una cervecita? Ando sin *plata*. 13. Abuela, si estás buscando tus *anteojos*, aquí están. 14. Voy a tomar un *jugo* de *durazno*. 15. ¿Dónde hay una parada de *guagua*? – Por ahí. 16. Miguelito, *vos tenés* que comer más, *sós* muy flaco. 17. Ahora vendemos los *boletos* de avión más baratos desde México a los principales destinos turísticos del mundo. 18. Este verano tengo que comprarme una *malla* nueva. 19. Bienvenidos a nuestra casa, por favor, pasen al *living*. 20. Tendremos que llamar a un *plomero*. 21. Voy a preguntar en *el lobby* del hotel, si el *mozo* puede subirnos la comida a la habitación. 22. Lleva un repelente porque allí hay muchos *zancudos*. 23. Esos muchachos tratan de hablar español, pero no se les entiende nada. Son *gringos*, seguro. 24. María está *enojada* conmigo. 25. Tengo mucho frío, necesito una *cobija* más.

3. Complete con el respectivo adjetivo en forma adecuada.

- | | |
|--|---|
| 1. la economía (de Ecuador) | 10. un cantante (de Puerto Rico) |
| 2. el territorio (de América Central) | 11. una película (de Uruguay) |
| 3. los países (del Caribe) | 12. un político (de Venezuela) |
| 4. las empresas (de Costa Rica) | 13. la historia (de Chile) |
| 5. los lagos (de Nicaragua) | 14. la televisión (de Panamá) |
| 6. la gastronomía (de Guatemala) | 15. las costumbres (de Cuba) |
| 7. los monumentos históricos (de Perú) | 16. las tradiciones (de México) |
| 8. la capital (de Brasil) | 17. la población (de Colombia) |
| 9. la embajada (de Honduras) | 18. zonas costeras (de El Salvador) |

4. En el siguiente ejercicio va a ampliar sus conocimientos sobre el mundo hispano.

1. La ciudad más austral del mundo es y se encuentra en
 a) Antofagasta – Chile b) Ushuaia – Argentina c) Puerto Montt – Chile
2. El nombre de México proviene de y significa

- a) quechua – hija del Sol b) tupí-guaraní – hijo de la Tierra c) náhuatl – ombligo de la Luna
3. Gabriel García Márquez fue
 a) venezolano b) chileno c) colombiano
4. ¿Cuántos kilómetros separan a La Habana (Cuba) de Key West (Florida)?
 a) 166 b) 254 c) 105
5. El canal de Panamá fue inaugurado en
 a) 1925 b) 1914 c) 1901
6. ¿Con qué palabras empieza el himno nacional de España?
 a) ¡Adelante, compañeros!
 b) ¡Somos libres! ¡Seámoslos siempre!
 c) No tiene letra oficial.
7. La zampoña es
 a) un instrumento típico de la música andina
 b) un pájaro multicolor típico de la selva amazónica
 c) una celebración antigua de los mayas
8. El merengue y la bachata son géneros musicales de ...
 a) Cuba b) Colombia c) la República Dominicana
9. ¿Cuál es el país hispanohablante más extenso del planeta?
 a) Brasil b) Argentina c) México
10. ¿Cuál de los países centroamericanos cuenta con la mayor densidad de población?
 a) Panamá b) El Salvador c) Guatemala
11. ¿Con qué moneda se paga en Gibraltar?
 a) libra gibraltareña b) euro c) peso
12. Las cataratas del Iguazú están situadas en la frontera entre
 a) Brasil, Argentina y Paraguay
 b) Paraguay, Uruguay y Brasil
 c) Argentina y Bolivia

5. Complete con la forma adecuada del verbo entre paréntesis y traduzca al checo.

1. Le dejó su número de teléfono para que (poder -Ud.) llamarla.
2. Me pidió que (pasarle-yo) con el Departamento de Ventas.
3. Le dijo que (ser) una equivocación y que (tener-yo) el número incorrecto.
4. Cuanto mejor (hablar-tú) español, tanto más fácil (ser) para ti viajar por América Latina.

5. (dar) las circunstancias no podemos actuar de otra manera.
6. Todas las líneas están ocupadas, le atenderemos en cuanto (poder-nosotros).
7. Le avisó de que la cena con los ejecutivos (aplazarse) para el 15 de abril.
8. Me ha solicitado que (llamarla-yo) por la noche.
9. Nos dijo que (apuntar) el cambio de su número de teléfono.
10. Se disculpó por llamar a esa hora y me explicó que el asunto (ser) muy urgente.
11. Nos comunicó que su número no (contestar).
12. Nos dejó un recado pidiéndonos que (ponerse-nosotros) en contacto con él cuanto antes.
13. (acordar) todas las condiciones del contrato, podemos proceder a su firma.
14. Por más difícil que (ser), lograremos encontrar la solución a ese problema.

6. Complete con una expresión conveniente.

1. Por favor, date o vamos a llegar tarde.
2. Disculpe, no he oído bien, ¿ es su nombre?
3. ya ha quedado todo claro podemos pasar a otro asunto.
4. Dele muchos saludos a su directora de mi
5. ¡Que lo pase y buen !
6. Ay, perdón, parece que es una – No nada.
7. Buenos días, permítame que me , mi nombre es Eva Gómez.
8. ¿Puedo dejarle un al señor Domínguez? – Por , ¿de de quién?
9. ¿Te bien mañana a las cinco de la tarde? – No, me mejor sobre las siete.
10. ¿Le la cocina checa? – Sí, me

7. Complete con una preposición conveniente donde lo considere necesario.

1. Hay que buscar solución los problemas sociales que se reflejan la sociedad.
2. Además haber resuelto nuestro problema el permiso de residencia, también nos han dado muchos consejos útiles.
3. Durante las negociaciones socios extranjeros hay que tener cuenta los aspectos interculturales.
4. Les agradecemos su hospitalidad y la atención que nos han brindado.
5. Le quedo muy agradecido su ayuda.
6. Muchas gracias la cordial acogida. Salude su jefe mi parte.

7. la hora montar un negocio tienes que estar seguro que tu producto o servicio puede ser útil los clientes potenciales.
8. de la empresa el uso tratamiento depende rango profesional.
9. ¿. qué difieren y qué coinciden las costumbres de los hispanohablantes y las nuestras?
10. ¿Puede contestarme unas preguntas? – supuesto, estoy su disposición cuandoquiera.
11. Bienvenidos a mi casa.

8. Corrige los errores más frecuentes que suelen cometer los checos.

1. Permítame que me introduzca. Mi llamo es Petr Novák.
2. Ádios y muchas gracias por su amabilidad.
3. Perdón, no he oído bien, ¿qué es su nombre?
4. ¿Cómo se llama ud.?
5. ¿Habla Usted inglés?
6. Nuestro país es miembro de Unión Europea desde 2004.
7. Cuando llegé a la plaza, habían muchos coches de policía.
8. El facto es que estos datos son confidenciales y no podemos comunicar los a uds.

9. La señorita Carmen Maura tiene que reservar un hotel a su jefe. Ordene la conversación telefónica.

1. Del 13 al 17 de mayo.
2. Hola, buenas tardes. Quisiera reservar una habitación individual con baño.
3. Por supuesto, un momento.
4. Bueno, y ¿puede aconsejarme algún otro hotel?
5. Muchas gracias.
6. Como acabo de decirle, será difícil, pero no pierde nada llamando al hotel Felipe. Lo han abierto hace quince días, puede ser que todavía tengan habitaciones libres.
7. Hotel Hilton, buenas tardes. ¿En qué puedo servirle?
8. De nada. Adiós.
9. ¿Me pone con reservas, por favor?
10. Muy bien. ¿Para qué fechas?
11. Reservas, buenas tardes.
12. Un momento, voy a mirarlo en el ordenador. Ay, no, lo siento, en esos días está todo completo porque hay un congreso de médicos y además la Comunidad de Madrid tiene puente.

10. Suena el teléfono y preguntan por la Sra. Romero. Escoja de la propuesta la frase más adecuada para explicar su ausencia. Al mismo tiempo señale qué expresiones son completamente incorrectas.

- a) La Sra. Romero está atendiendo una llamada.
- b) Ha salido a visitar a un cliente.
- c) Está muy cansada y no quiere que la molesten.

- d) Está de vacaciones.
- e) Está en la empresa, pero fuera de su despacho.

1. Lo siento mucho, pero por el momento no está. Es que tiene una reunión muy importante con uno de nuestros clientes. ¿Quiere dejarle algún mensaje?
2. Pues ni idea dónde está. La he buscado por todas partes, pero no la encuentro.
3. Ni modo, ahora está hablando. Tiene que llamar más tarde.
4. Lo lamento, pero no puede atenderle en estos momentos. Se siente muy indispuesta. ¿Se trata de algo urgente?
5. Y usted, ¿quién es?
6. No, no es posible porque dice que está hecha polvo y que no quiere hablar con nadie.
7. Lo siento, pero en este momento no está en su despacho. No se retire, voy a intentar localizarla.
8. Lamento mucho no poder ponerle con ella, porque está comunicando. ¿Puede llamar dentro de diez minutos?
9. Habla Ud. muy deprisa. No hay quien le entienda. ¿Qué ha dicho?
10. ¡Qué mala suerte, hombre! Acaba de marcharse.
11. Desgraciadamente, la Sra. Romero ha pedido vacaciones y vuelve dentro de quince días. Pero me ha encargado que la sustituya, así que, si lo desea, puedo atenderle yo.
12. ¡Qué va! Ella ha salido de vacaciones justo ahora que la empresa está patas arriba y no sabemos por dónde empezar.

11. Traduzca al español.

1. Promiňte, špatně jsem vám rozuměl. Mohl byste zopakovat vaše jméno?
2. Pan Estévez je bohužel momentálně nepřítomen. Chcete mu nechat nějaký vzkaz?
3. Omlouvám se, ale vůbec vás neslyším, je velmi špatné spojení.
4. Informujte, prosím, pana ředitele o tom, že schůzka s panem Gómezem byla přesunuta na příští týden.
5. Nemějte obavy, určitě mu to vyřídím hned, jak ho uvidím.
6. Přeji vám šťastnou cestu a těším se brzy na shledanou. Vyřídte prosím pozdrav vaší paní.
7. Promiňte, to je omyl, asi mě špatně spojili. Volala jsem na rezervace.
8. Dovolte, abych vám představil paní Aguirre, zástupkyni podniku Cimex, se kterým už dlouhá léta úspěšně obchodujeme.
9. Jsme vám velmi zavázáni za vaši pomoc v této záležitosti, bylo to od vás velmi milé.
10. Je mi líto, ale dnes a zítra je hotel plně obsazen.

CASOS PRÁCTICOS

12. Usted llama a su amigo Carlos que no coge el teléfono y sale el buzón de voz. Déjele un mensaje diciendo que:

- no puede ir a su fiesta de cumpleaños porque ha cogido una gripe
- le es imposible llevarle al aeropuerto porque su coche está en el taller
- debe llamar inmediatamente a la oficina porque el jefe está furioso
- le han robado su teléfono móvil y por eso tiene un nuevo número de teléfono

13. Ahora trabajen en parejas e inventen diálogos que podrían darse en las siguientes situaciones.

- a) Usted presenta su nuevo compañero de trabajo a los demás.
- b) Usted expresa su agradecimiento a su socio por la cordial bienvenida.
- c) Usted llama a su cliente, le pide disculpas por llamar tan tarde y le explica el motivo de su llamada.
- d) Necesita ponerse en contacto con el ingeniero Molinero, pero la comunicación es muy mala, y no se oye casi nada.

14. Sigán trabajando en parejas y completen las conversaciones telefónicas.

1. (*Ring, ring.*) Remax, buenos días.
—
No, no es aquí. Se ha equivocado.
—
Nada, nada. Adiós.
2. (*Ring, ring.*) Sonora, buenos días. ¿En qué puedo ayudarle?
—
¿Cómo dice?
—
Lo siento, pero no se oye nada. (*cuelga*)
3. (*Ring, ring.*) ¿Diga?
—
¿A qué número ha llamado?
—
Sí, pero esta no es una casa particular.
—
Está bien. Adiós.
4. (*Ring, ring.*) ¿Sí?
—
Ah, eres tú, Manolo. ¿Qué tal? ¿Cómo estás?

—
¿Comer juntos mañana? Lo siento, no puedo, es que tengo una reunión con el jefe. Y perdona, tengo que colgar, estoy esperando una llamada.

—
Vale, de acuerdo. Te llamo por la noche. Adiós.

5. (*Ring, ring.*) Departamento de ventas, buenos días.

—
Ah sí, buenos días, señor Gómez.

—
Sí, sí, el teléfono no ha parado de sonar. Es que han llamado muchos clientes en relación con la promoción de un nuevo producto que acabamos de lanzar al mercado.

—
Ah, pues muy bien, estupendo. ¿Le parece bien mañana a las cuatro?

—
Perfecto, enseguida aviso a mi jefe y le comunico su respuesta.

—
De acuerdo. Muchas gracias por haber escogido nuestra empresa. Adiós, hasta mañana.

15. Traduzca al español las expresiones de la siguiente lista.

- a) zavolat na rezervace
- b) jednolůžkový pokoj
- c) dvojlůžkový pokoj s manželskou postelí / s oddělenými postelemi
- d) polopenze / plná penze / all inclusive
- e) zaplatit hotově / kartou
- f) jméno a příjmení
- g) na či jméno?

16. Escuche la conversación telefónica y rellene los espacios en blanco.



- Hotel Miramar, buenos días.
- Buenos días, ¿tienen habitaciones libres del al del próximo mes?
- Un momento, a ver, sí, tenemos. ¿Qué tipo de habitación desea?
- Una con camas separadas.
- Muy bien.
- ¿Cuál es ?
- Son euros, desayuno incluido.
- ¿Es por o por habitación?
- Por habitación.
- Perfecto, entonces la
- Vale, muy bien. ¿Será a nombre de ?

- Mi nombre es Václav Krystek.
- Eh, perdón, ¿puede su apellido?
- Sí, como no, ka - erre - ye - ese - te - e - ka.
- ¿Solo un apellido?
- Sí, solo uno.
- Bien, ya lo tengo. ¿Me dice el número de su ?
- Sí, es una Mastercard número 5279 8102 1235 7800.
- ¿Hasta cuándo tiene ?
- Caduca en marzo del 2020.
- De acuerdo, ya está. ¿Me da un número de contacto, ?
- Por supuesto, es el 00420 602 834 946. ¿Necesita otros ?
- No, ya está todo.
- De acuerdo, muchas gracias, adiós.
- , adiós.



VOCABULARIO CLAVE

abastecedor *m* | dodavatel, zásobovatel
apariciencia *f* | vzhled
ascender (a) | dosahovat výše, činit
atender la llamada | vzít/vést hovor (*telef.*)
beneficio *m* | výhoda, prospěch, zvýhodnění
cita *f de negocios* | obchodní schůzka
consocio *m* | partner, společník, spoluvlastník
comerciar | obchodovat
competencia *f* | kompetence; konkurence
compromiso *m* | závazek, povinnost
comunicar | sdělit; telefonovat, hovořit
concertar una cita | dohodnout/dojednat schůzku
cualificación *f* | vzdělání, kvalifikace
directivo *m* | vedoucí pracovník
ejecución *f* | provedení
ejecutivo *m* | vedoucí pracovník, manažer
empresa *f mixta* | smíšený podnik; podnik se zahraniční účastí
encargar a alguien (de) | pověřit *koho* (čím)
equivocarse (de) | zmýlit se, splést si (co)
evaluación *f* | (z)hodnocení
familiarizarse (con) | seznámit se (s čím)

franquicia *f* | franšíza
indicación *f* | uvedení, označení
margen *m* | rozpětí, rozdíl; marže
mensaje *m* | vzkaz, zpráva
nave *f* | výrobní/tovární/skladovací hala
negociaciones *fpl* | obchodní jednání
negociador *m* | obchodník, vyjednávací
negociar | obchodovat
presentación *f* | představování
presentar (alguien a alguien) | představovat (*koho komu*)
puntual | přesný, dochvilný
puntualidad *f* | přesnost, dochvilnost
recado *m* | vzkaz
reunido: estar reunido | být na schůzi, zasedat
socio *m* | partner, společník
traba *f* | překážka (*v obchodování apod.*)
tratamiento *m* | oslovování, oslovení
valorar | oceňovat
ventaja *f comparativa* | komparativní výhoda
viaje *m de negocios* | služební cesta

VOCABULARIO COMPLEMENTARIO

- acontecimiento** *m* | událost
acudir (**a**) | přijít, dostavit se (na)
administrar | spravovat (*úřad aj.*), hospodařit
(*s něčím*)
agilizar | urychlit
anfitrión *m* | hostitel
apadrinamiento *m* | kmotrovství
bautizo *m* | křest, křtění
buzón *m* | poštovní schránka
buzón *m de voz* | hlasová schránka
chal *m* | šála (*dámská ozdoba*)
comportamiento *m* | chování, jednání
concesión *f* | zde: ústupek
conllevar | nést s sebou
dado (**que**) | vzhledem k (tomu, že)
día *m festivo* | sváteční den, svátek
enterado (**de**) | obeznámený (s čím),
informovaný (o čem)
entorno *m* | prostředí
estatutos *mpl* | ústava (*autonomní oblasti apod.*)
estima *f* | úcta, vážnost
falta *f de respeto* | nezdvořilost, urážka
fidelidad *f* | věrnost
identificación *f* | představení se, uvedení jména
identificarse | ohlásit se, představit se
(*v telefonu apod.*)
impacto *m* | dopad, vliv
imprescindible | nezbytný, nepostradatelný
indumentaria *f* | oděv, šaty, oblékání
insistir | naléhat, trvat (na něčem), připomínat
integrado (**en**) | zapojený, začleněný (do)
intervenir (**en**) | zasahovat (do)
lucir | stavět na odiv, libovat si (v čem), rád nosit
marca *f: de marca* | značkový
metedura *f de pata* | faux pas
monocrónico | zde: *soustředící se jen na jednu
věc*
noción *f* | pojem
obvio: es obvio | je samozřejmé
orguloso (**de**) | pyšný, hrdý (na)
otorgamiento *m* | udělování, poskytování
palmada *f* | poklepání, poplácání
pauta *f* | norma, pravidlo
paño *m: en paños menores* | v nedbalkách
percepción *f* | vnímání
placentero | příjemný
policrónico | zde: *soustředící se na více
činností najednou*
puente *m* | zde: prodloužený víkend
rango *m* | postavení, kategorie, funkce
rasgo *m* | rys, znak
razonamiento *m* | úsudek, dedukce
reflejarse (**en**) | odrážet se (v/na)
revisable | revidovatelný
simplificar | zjednodušit
sobremesa *f* | posezení po jídle
sobrevalorar | přeceňovat
sostenido | nepřetržitý, setrvalý
transcurso *m* | průběh

A decorative dotted line in a light purple color runs vertically along the left edge of the page. At the bottom left, there is a graphic consisting of several overlapping, semi-transparent grey circles stacked vertically, resembling a spiral or a stack of pages.

1 - INTRODUCCIÓN AL MUNDO DE LOS NEGOCIOS



2 FORMAS BÁSICAS DE LA COMUNICACIÓN ESCRITA

2

Gran parte de la comunicación con el socio español se desarrolla de forma escrita. Con los avances tecnológicos de los últimos años la forma más usada y más frecuente es **el correo electrónico**. El e-mail permite un rápido intercambio de informaciones, ideas, posibles cambios, etc., y así, las empresas pueden mantener una relación viva y activa. Sin embargo, para la comunicación formal y, sobre todo, de carácter vinculante, **la carta comercial** sigue siendo la forma básica y más elaborada. Por lo tanto, vamos a partir de la estructura de la carta comercial. De otros tipos de escritos utilizados en las relaciones comerciales nos ocuparemos en el capítulo 4.

Todo escrito comercial trata de captar el interés del lector, sea una oferta, una reclamación o una solicitud, etc. Por consiguiente, todos los escritos deben respetar los siguientes principios generales:

- **claridad** – el contenido de la carta tiene que ser siempre comprensible. Hay que evitar expresiones poco claras o confusas.
- **precisión** – se deben eludir temas o detalles que no conciernan al contenido básico y distraigan de la finalidad de la carta.
- **concisión** – la carta debe ser breve, y por lo tanto hay que prescindir de frases y explicaciones innecesariamente largas. Los escritos largos suponen una pérdida de tiempo tanto para el que escribe la carta como para el que debe leerla.

- **corrección y presentación** – demuestra el nivel cultural y educación del remitente. Un escrito con errores o con una presentación poco atractiva produce una impresión muy mala y no anima al lector. Es muy importante causar una impresión grata para que el destinatario lea el escrito con atención.
- **cortesía** – el trato de cortesía siempre es obligatorio. Se trata de una norma esencial de la correspondencia. Si hace falta escribir cartas que reclamen o señalen algún error, falta u omisión, hay que hacerlo sin herir los sentimientos del lector. Las cartas o frases descorteses pueden provocar efectos contrarios.

1. Estructura de la carta comercial

Por lo general, las cartas comerciales tienen una estructura establecida que es la siguiente:

