



Министерство образования и науки Украины
Севастопольский национальный технический университет

EL ESCRITO ADMINISTRATIVO. EL CONTRATO.

Административный письменный стиль.
Контракт. Коммерческое письмо.

Методические указания
к практическим занятиям
по дисциплине «Второй иностранный язык
(испанский язык)»
для студентов 4-го и 5-го курса
специальности 6.020303 «Перевод»
дневной формы обучения

Севастополь
2009

2

УДК 800

El escrito administrativo. El contrato. Административный письменный стиль. Контракт: метод. указания по дисциплине «Второй иностранный язык (испанский язык)» для студентов 4-го и 5-го курса специальности 6.020303 «Перевод» дневной формы обучения / Сост. Л.В. Дегтяренко. – Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2009. - 20 с.

Цель методических указаний - указать на особенности административного стиля, показать, как составляется контракт, коммерческое письмо, изучить теоретический материал, что дает возможность закрепить понимание данного вопроса.

Методические указания рассмотрены и утверждены на заседании кафедры теории и практики перевода (протокол №01 от 26 августа 2005 .)

Допущено учебно-методическим центром СевНТУ в качестве методических указаний.

Рецензент: доцент кафедры теории и практики перевода Головки Е.Б.



СОДЕРЖАНИЕ

ЧАСТЬ 1

1. El escrito administrativo. El contrato.....	4
1.1. Rasgos lingüísticos.....	4
1.2. Rasgos morfosintácticos.....	4
1.3. Rasgos léxicos.....	5
1.4. El contrato.....	5

ЧАСТЬ 2

2. Carta comercial. Carta de oferta.....	9
2.1. Partes integrantes de la carta comercial.....	10

ЧАСТЬ 1

1. EL ESCRITO ADMINISTRATIVO. EL CONTRATO

1.1. Rasgos lingüísticos

El lenguaje de escritos administrativos, como sucede también con el jurídico, ha de buscar la precisión. Una cuidada selección del léxico potencia el carácter “preciso” que todo escrito administrativo ha de poseer. Se tiende a huir de la polisemia, esto es de aquellos términos que acumulen varios significados, para evitar posibles confusiones de interpretación.

A continuación, se citarán algunos de las principales características lingüísticas de este tipo de textos.

1.2. Rasgos morfosintácticos

- Preferencia por la construcción nominal

Esta tendencia se observa tanto en el abundante uso de sustantivos y adjetivos, como en la situación de nociones verbales por construcciones en donde aparece un sustantivo (por ejemplo, dar aviso en lugar de avisar, dar curso por cursar, hacer entrega de por entregar). Sirve esta nominalización para proporcionar un carácter abstracto propio más bien de un razonamiento.

- En estrecha relación con la tendencia a la sustantivación se halla el empleo bastante

frecuente del infinitivo (de no serle posible comparecer). Asimismo, puede señalarse el uso exagerado de gerundio y del participio, que apuntan hacia un deseo de “despersonalización” de la acción del verbo. Parece como si el redactor de estos escritos buscara la objetividad por encima de todo, manteniéndose al margen de lo expuesto. De ahí deriva la frecuencia de las formas no personales del verbo. Estas aparecen tanto en construcciones absolutas (vistas las disposiciones legales, habiendo finalizado la prueba) como concertadas. La aparición constante de estas formas, y especialmente del gerundio, da lugar a un estilo monótono y lento, como puede observarse en el ejemplo siguiente:

.....**vista** la solicitud y **considerando** que acompaña a dicha solicitud la documentación **prevista** en el art. 1º, **habiendo** efectuado asimismo el pago en la Entidad bancaria correspondiente; **comprobando** que los datos que aporta el interesado coinciden con sus originales, el Sr. Cosejero ha resultado **reconocer**...



La constante aparición de oraciones pasivas e, sobre todo de la pasiva refleja y de las impersonales con se (han sido efectuados registros domiciliarios, se ha procedido al embargo).

- El empleo del llamado “plural oficial” (le recordamos, le notificamos) con la intención manifiesta de transmitir mayor objetividad.

- Otro de los rasgos más significativos del lenguaje administrativo es tal vez la acumulación de locuciones prepositivas y adverbiales (en el supuesto de, de conformidad con, a efectos de, a instancias de).

- Distribución de frases hechas a lo largo de los textos administrativos: de conformidad con lo establecido en el Reglamento vigente.

1.3. Rasgos léxicos

- Utilización de un léxico especializado. Muchos de los términos son arcaísmos, los denominados arcaísmos administrativos. Son formas absolutas (otrosí, en virtud de [forma más frecuente de en su virtud]).

- Los tecnicismos (débito por deuda, etc)

- El uso de las siglas y de ciertas abreviaturas (MOPU, CSIC)

1.4. El contrato

El contrato es un acuerdo formalizado entre dos o más partes relativo a algún servicio o sobre determinados objetos. Surge de una situación de aceptación, en la que ambas partes consienten y se sienten obligadas a efectuar lo acordado; para garantizar este convenio entre voluntades se ha de materializar forzosamente por escrito. Se trata, por consiguiente, de una escritura o documento protocolizado, en donde deben consignarse los deberes y derechos de las partes vinculadas en el acuerdo.

El contrato es un escrito que combina lo administrativo y lo jurídico. Normalmente, un contrato tiene validez al ser firmado por ambas partes de forma privada. Pero si la importancia del asunto del contrato así lo exigiera, puede requerirse la presencia de alguna autoridad jurídica. La mayor parte de los contratos pertenecen al ámbito del Derecho mercantil y del Derecho civil, ya que suponen una regulación de la actividad comercial, laboral y de servicios. El incumplimiento del contrato desencadena todo un proceso, que se inicia con la **demanda**.

Existen muchas **clases de contratos**: contratos de arrendamiento, de compraventa, de servicios (transporte, por ejemplo), de trabajo, de seguros. Todos ellos se estructuran de forma similar. En primer lugar, se especifican los denominados elementos subjetivos, esto es, la identidad de cada una de las partes que va a firmar el contrato. En segundo lugar se han de detallar las obligaciones y derechos a que cada una de las partes se

compromete. Irán explicitadas en cláusulas debidamente ordenadas. A éstas se les pueden añadir otras –las cláusulas adicionales- si el contrato está ya redactado y se considera de importancia incluir alguna precisión o dato aclaratorio.

El contrato de arrendamiento es uno de los más habituales. En las cláusulas que lo componen han de ir pormenorizados los derechos y obligaciones del arrendador y el arrendatario. El arrendador cede el disfrute de un inmueble de su propiedad a cambio de una renta. A veces, la interpretación de las cláusulas referidas al pago del alquiler, las reparaciones y el mantenimiento puede resultar ambigua, lo que ocasiona frecuentemente graves problemas.

A continuación ofrecemos un ejemplo de un contrato de arrendamiento, en el que puede observarse la disposición de las partes que lo componen. En primer lugar, la identificación de la “finca objeto del contrato”, así como de los datos personales de arrendador y arrendatario; en segundo lugar, se exponen detalladamente todas las cláusulas o condiciones a las que deben someterse el propietario y el inquilino.

En este caso, se ha añadido una cláusula adicional, cuya validez ha de estar corroborada por los que firman el contrato.

Puede comprobarse asimismo cómo algunos de los rasgos lingüísticos estudiados están presentes en este escrito. Así, la repetición del adjetivo dicho (dicho local, dicha calle, el antedicho salón) con la intención de precisar el objeto del que se habla; uso de frases hechas (para que así conste), locuciones prepositivas (de conformidad con lo prevenido); acumulación de formas no personales del verbo (quedando el mismo excluido, transcurrido dicho lapso, velando siempre, subarrendar, dar o ceder el local). Incluso aparecen latinismos (ut supra), que aun cuando se registren con mayor frecuencia en textos jurídicos, también pueden ser utilizados en el lenguaje administrativo, como es evidente.

Conviene añadir finalmente la arbitrariedad con que suelen utilizarse las mayúsculas, al menos en este modelo, pues los términos Edificio (cláusula sexta) y Perito (cláusula adicional) aparecen de forma injustificada con mayúscula.

CONTRATO DE ARREDAIENTO DE FINCAS URBANAS. IDENTIFICACIÓN DE LA FINCA DEL CONTRATO.

Local: COMERCIAL.

Calle: Santo DOMINGO № 23.

Ciudad: PONFERRADA.

Provincia: LEÓN.



En PONFERRADA a DOCE De MARZO de mil novecientos OCHENTA Y OCHO, reunidos Don LEOCADIO GONZÁLEZ, HERNÁNDEZ, natural de ALMERÍA, de 44 años, de estado CASADO y profesión COMERCIO, vecino al presente de PONFERRADA, con, DNI, № X, y Don ANTONIO LÓPEZ SEGURA, de 57 años, de estado CASADO, hemos contratado el arrendamiento del inmueble urbano que ha sido identificado encabezando este contrato, por tiempo de UN AÑO, y precio de CUATROCIENTAS OCHENTA MIL PESETAS cada año, pagaderas por MESES ANTICIPADOS con los demás condiciones que se estamparán al dorso.

Formalizado así este contrato, y para que conste, lo firmamos por duplicado, Fecha ut supra.

El Arrendatario

El arrendador

1.5.Ejercicios

Ejercicio I

Respondan a las preguntas:

1. ¿Qué carácter ha de poseer todo escrito administrativo?
2. ¿Para qué se tiende a huir la polisemia?
3. ¿Qué son las principales características turísticas?
4. ¿Cuáles son los rasgos léxicos?
5. ¿Qué es el contrato?
6. ¿De qué situación surge?
7. ¿A qué ámbito pertenecen la mayor parte de los contratos?
8. ¿Qué clases de contratos existen?
9. ¿Cómo se hace el contrato de arrendamiento?
10. ¿En qué caso tiene validez el contrato?
11. ¿Cuándo puede requerirse la presencia de alguna autoridad?

Ejercicio II

Traduzcan al ruso:

Condiciones del contrato

Primero. – Es objeto de este contrato el local comercial situado en la calle de Santo Domingo № 23, y consta de un salón con dos puertas a dicha calle, y un sótano de ciento veinte (120) metros cuadrados que tendrá también acceso por una escalera que se iniciará del antedicho salón. El local tendrá también entrada por el zaguán. Dicho local y sótano es propiedad de Don Antonio López Segura.

Segundo. – El precio de este arrendamiento se estipula en la cantidad de CUARENTA MIL (40,000) pesetas mensuales pagaderas por meses anticipados y dentro de los cinco primeros días de cada mes.

Tercero. – La duración de este contrato será por un año de plazo obligatorio para ambas partes, y transcurrido dicho lapso de tiempo, se entenderá prorrogado por mensualidades sucesivas.

Ejercicio III

Traduzcan del ruso al español:

Цель этого контракта; вышеназванное помещение; длительность этого контракта; условия, которым должны подчиняться владелец и наниматель; ранее упомянутый салон; по истечении названного отрезка времени; будучи подписанным двумя сторонами лично; торговое право; гражданское право; контракт купли-продажи; с намерением уточнить цель того, о чем пойдет речь; те, кто подписывает контракт; в соответствии с предусмотренным; уроженец Мадрида; сроком на один год.



ЧАСТЬ 2

Carta commercial. Carta de oferta.

Presentación de la carta comercial.

1. Requisitos indispensables para que la correspondencia sea eficaz.

Una carta comercial debe producir grata impresión a la persona que la recibe. Su presentación o disposición general, tanto en la forma como en el fondo, debe ser impecable; para lograrlo, es necesario atender a ciertas normas o reglas que tienen por finalidad la presentación más atractiva y artística de una carta.

Brevidad. Exponer las ideas con las palabras indispensables únicamente. Si usted es breve al expresarse, la persona que lea quedará agradecida; por lo tanto, conviene eliminar los detalles superfluos.

Claridad. Emplear palabras sencillas pero correctas, evitando el uso de rebuscadas expresiones idiomáticas; no abusar de las abreviaturas. Conviene tratar en cada párrafo un solo asunto.

Cortesía. Un escrito es nuestro representante; por lo tanto debemos tener en cuenta qué decimos y como lo decimos. El escrito hará nuestra tarea debemos dejar traslucir nuestras cualidades humanas, cordialidad, espontaneidad, naturalidad. Mantener un trato agradable y discreto. No utilizar expresiones imperativas (“haga”, “tenga”, “quiero que”, etc.).

Estética. El texto debe guardar estricto equilibrio entre los espacios escritos y los que quedan en blanco. La calidad del papel forma parte de la presentación estética del escrito y tiene extraordinaria importancia.

Conexión entre frases y párrafos. Es la forma de enlazar debidamente las distintas frases o párrafos, dando concordancia al escrito de tal manera que el lector lleve la secuencia de las ideas del primero al último párrafo (“por tanto”, “no obstante”, “por lo tanto”, “así mismo”, etc.).

Lenguaje positivo. Nuestro lenguaje debe ser sencillo, vivo, familiar, siempre directo y sin rebuscamientos literarios. Si utilizamos con frecuencia las formas pasivas, si acumulamos palabras de significado poco conocido, el mensaje resultará pesado. Por tanto:

- Evite expresiones negativas; por el contrario, procure siempre la buena voluntad de su lector.
- Use palabras de fácil comprensión.
- No exagere las situaciones, pues el mensaje no será efectivo y se notará la falsedad en el escrito (por ejemplo, las frases del tipo de “ahorros sensacionales”, “oportunidades únicas”, “garantías increíbles”).
- Evite expresiones redundantes (“nos mandan a nosotros”, etc.).
- Prefiera la voz activa, que imprime dinamismo a las frases.
- No abuse de los adverbios terminados en - mente.
- Evite usar lenguaje arcaico.
- Dé un signo positivo al mensaje.

A todo lo expuesto anteriormente hay que agregar la esrupulosidad que debe tenerse en el aspecto ortográfico. Una carta comercial jamás debe tener errores ortográficos del uso incorrecto de las letras, de la puntuación y de la acentuación.

2. Disposición de la carta.

Las líneas o renglones. Para obtener una buena disposición de la carta, debe calcularse su extensión para distribuir los párrafos y poner por una de estas tres disposiciones:

- 1) - Párrafos sin interlineas, y separados entre sí, también sin interlinea. Esta disposición es poco usada porque da un aspecto demasiado riguroso al escrito.
- 2) - Párrafos sin interlineas, pero separados entre sí por un espacio, doble. Es la forma más corriente.
- 3) - Espacio doble entre líneas y entre párrafos. Se emplea cuando la carta es muy breve.

Los márgenes son los espacios que se dejan en blanco a la izquierda y a la derecha. El margen de la izquierda debe ser por lo menos, de dos centímetros; es preferible hacerlo mayor. El de la derecha será similar al de izquierda. No deberá escribirse nunca en el margen de la izquierda.

También deben dejarse los suficientes espacios en blanco en la parte superior e inferior de la carta, para no destruir el conjunto estético o artístico de escrito.

PARTES INTEGRANTES DE LA CARTA COMERCIAL

Las diferentes partes de la carta comercial se pueden enumerar del modo siguiente:



- 1) Membrete
- 2) Localidad y fecha
- 3) Destinatario (direcció)
- 4) Referencia (asunto breve)
- 5) Saludo
- 6) Cuerpo de la carta
- 7) Despedida
- 8) Antefirma y firma
- 9) Anexos (inclusos)
- 10) Iniciales de identificació

Membrete

En el membrete figuran el anagrama o la marca comercial de la empresa, el nombre de la misma, la actividad a que se dedica, la dirección postal y si existe, la dirección telegráfica, los números telefónicos, el número de télex cuando se posee, las direcciones de las fábricas y las sucursales, las cuentas corrientes bancarias el número de identificación fiscal, etcétera.

Suele ir impreso en la parte superior del papel (el membrete puede ocupar el ángulo superior izquierdo o toda la parte superior del papel) a una tinta o a varios colores y en ausencia de marcas o logotipos puede incluir algún motivo gráfico. Está destinado a hacer visualmente más atractiva la correspondencia y su creación suele encargarse a un dibujante o diseñador gráfico.

Localidad y fecha

La localidad y la fecha constan del nombre de la población y, a veces, también del país de donde se envía la carta, del día, del mes y del año. Como de costumbre se colocan en la parte superior derecha. No se repite la localidad si aparece en el membrete.

Entre el nombre de la población y la fecha se coloca siempre una coma. Las fechas pueden escribirse de varias maneras.

Véanse estos modelos:

Madrid, 22 de julio de 2007

Caracas, agosto 23 de 2008

Bogotá, lunes 14 de julio de 2008

Mayo 10 de 2007

11-7-7

11-VII-2007

La más recomendable es la primera forma.

- 3) Destinatario (direcció)

La dirección se coloca hacia la izquierda junto al margen. Representa la institución o la persona a quien se dirige la carta. Se anotará en líneas separadas, sin abreviar los datos del destinatario, así:

- Título o tratamiento con mayúscula inicial.
- Cargo que desempeña y la entidad, con mayúscula inicial; lo mismo la ciudad o el país.

Ejemplos:

Tall. Eléctricos Gonzáles Rubio
Alfareros, 18
41008 Sevilla
Sr. Jaime López Ruiz
San Rafael, 304
Guatemala.

Aunque gramáticamente debiera emplearse la coma para separar cada uno de los datos de las señas, esta puede suprimirse ya que los espacios y las distintas líneas establecen es a separación.

Generalmente se suprime la palabra “señor” o “señores” cuando se trata de una institución o sociedad. Así resulta mejor dirigir la carta en esta forma:

Antonio Martínez y Cia
MARACAIBO

4) Referencia (asunto)

La referencia sirve para anunciar al lector sobre el tema o asunto de la carta, señalándose con palabras o con cifras o iniciales. A veces se emplea la palabra “Asunto”.

Veamos estos ejemplos:

Referencia: Aclaración cuenta corriente.

Ref.: - Para la atención del Sr. Suárez

Ref.: - Remesa.

Asunto: Oferta de viveres.

En algunos impresos para cartas, las referencias se incorporan al bloque que forma el membrete.

5) Saludo

El saludo es una expresión de cortesía con que se inicia la carta. Se coloca debajo de la dirección, dejando algunas líneas por el medio. Después del saludo se ponen siempre dos puntos. Las formas del saludo dependen del



rango, condició o grau de amistat i de confiança de la persona a qui se dirige la carta. Veamos algunos ejemplos:

Señor:

Señores:

Estimado señor:

Estimados señores:

Distinguido señor:

Distinguidos señores:

Estimado amigo:

Respetable señora:

Querido amigo:

Apreciable:

En las cartas puramente comerciales no cabe la cortecia exagerada. Las formas “Muy señor mio”, “Muy señor nuestro”; son algo arcàicas. Tampoco es recomendable usar abreviaturas en el saludo, ni continuar la carta en la misma línea del saludo. El escrito resulta mejor debajo de los dos puntos con que se termina el saludo.

6) Cuerpo de la carta

El pàrrafo de apertura es la introducció mediante la cual se prepara al lector a considerar las ideas fundamentales. Debe ser breve, de dos o tres líneas. Ejemplos:

Tengo el gusto de informarle...

Nos satisface comunicarle...

Nos permitimos molestar su atención pensando que ustedes estarán interesados en nuestros servicios de ...

El texto o contenido de la carta se distribuye en varios pàrrafos. Cada pàrrafo ha de tratar de un asunto distinto y debe mantenerse entre ellos cierta coherencia o ilació.

Sistema de títulos y números iniciales se practica para cartas extensas y en las que se tratan varios asuntos.

Es muy importante estructurar el cuerpo de la carta de acuerdo con un orden lògico, que vaya desarrollando el contenido a partir de lo más importante o más concreto, para ir detallando sucesivamente los distintos pormenores y particularidades.

El primer pàrrafo del texto debe iniciarse debajo de los puntos de saludo. Los demás pàrrafos seguirán esta línea de inicio haciendo por lo tanto una sangría o espacio en blanco en su principio.

Cuando la extensió de un escrito haga necesario ocupar una segunda hoja u otras más, éstas no deberán llevar el membrete completo, sino el nombre de la empresa, en la parte izquierda de papel, y la indicació “Hoja № “, también impresa en la derecha.

A continuació del nombre de la empresa se escribirà la fecha abreviada y separada por unos espacios en blanco, el nombre del destinatario, anotando el número de pàgina a continuació de la correspondiente indicació. Por ejemplo:

TALLERES PRADO 8/9/08 Andres Gilbert, Hoja №
08-9-08

7) Despedida

El final de la carta lo constituye una frase cortès que sirve de despedida.

Ejemplos:

Aprovechamos esta oportunidad para hacer llegar nuestro saludo;

Esperamos tener el honor de tratar con usted;

Atentamente les saludan...;

Quedamos a su disposició;

Quedo muy atentamente a sus órdenes;

En espera de las gratas órdenes, queda de usted afectisimo...;

Les saludamos atentamente;

Atentamente;

Cordialmente;

Cordial saludo;

Sinceramente;

Esperando que nuestra oferta sea de su agrado;

Esperando que nuestra oferta sea de su interés;

8) Antefirma y firma

En las fórmulas de despedida deben evitarse tanto las frases ampulosas como los formulismos arcaicos e innecesarios, procurando en su lugar concluir los escritos con sencillez y naturalidad. Hay que arriuonar definitivamente fórmulas como las siguientes:

q.e.s.m. (que estrecha su mano)

su affmo s.s. (su afectisimo seguro servidor)

se reiteran de ustedes sus atos y affmos. (... sus atentos y afectisimos)

Hoy son mucho más aceptables las fórmulas simples.

La antefirma, como lo palabra lo indica, se coloca antes de la firma y constituye el título de la persona que firma o suscribe la carta o el nombre o razón social de la compañía industria, institución, etc.



Ejemplo:

El Secretario General (Antefirma)
Dr. Jacinto Ramírez (Firma)
Banco Nacional de México

Es muy conveniente escribir, además de la firma manuscrita que a veces resulta ilegible, el nombre del firmante con la máquina: así se evitarán errores de interpretación.

La firma consta del nombre que suscribe la carta, cuando éste va solo; el de la Compañía o Sociedad; o del gerente, gerente general, director administrativo, administrador o apoderado.

Cuando el firmante no tiene poder legal, debe anteponer las letras P.O. (por orden), P.A. (por autorización).

Ejemplos:

P.O. Ricarco Liama

P.A. Rogelio Muños

9) Anexos (inelusos)

Después de la firma, un poco más abajo y hacia la izquierda suele poner una relación de papeles o documentos que acompañan el escrito.

Ejemplos:

Anexos: 2 facturas

Lista de precios

La postdata y la nota bene. Cuando después de terminada la carta se advierte alguna omisión o se logró un dato o informe posterior este puede notificarse al final en un párrafo adicional que va precedido de las letras P.D. o P.S., iniciales de “postdata”, “post scriptum”. Debe evitarse el uso de la postdata: es preferible hacer una nueva carta.

Para hacer alguna observación especial, en el lugar en que se coloca la postdata suele añadirse una nota sucinta con las iniciales N.B.

Muchas veces todos esos títulos de “postdata”, “post scriptum”, “nota bene”, se sustituyen con la palabra “NOTA”.

10) Iniciales de identificación

Las iniciales son contraseñas que indican el nombre del empleado que escribió la carta; se ponen al pie de ésta y al lado izquierdo. Si la carta fue dictada deben ponerse las iniciales del que la dictó y del mecanógrafo.

Ejemplos:

RM/AR. (dictada por Ramón Martín y mecanografiada por Antonio Ríos).

Modelo tradicional de distribución de distintas partes de la carta comercial (Modelo Nº1)

MONTES Y CIA

(1) Plaza Real, 42

09007 Burgos

(2) Burgos, 8 de junio de 20...

Sr. Fernando Rodríguez

(3) Robledo, 11

42000 Soria

(4) Ref.; Contrato Nº 31/58

(5) Estimado señor:

(6) Tenemos el gusto de informar a usted...

(7) En espera de su pronta visita, le saludamos atentamente,

(8) Director comercial

Rafael Tejeda Ruiz

(9) Anexo (Inclusos):

Lista de precios

Nuevo catálogo

(9) RT/JA

Ejemplo de la carta de oferta:

Hotel - residencia CASA MARCOS

Ctra. N - II Madrid - Barcelona, Km 361

50300 Calatayud (Zaragoza)

Tel. (973) 505055

Fax (973) 506980

Calatayud, a 15 de enero de 2007

Escuela Moderna

Piera, 56

8905 Barcelona

Distinguidos señores:



Nos permitimos molestar su atención pensando que ustedes estarán interesados en nuestros servicios de Hotel-Restaurante y bar-Self-Service.

Estamos en el Km-361 de la Ctra. N - II (Madrid – Barcelona), disponemos de un Hotel, tres estrellas, capaz de albergar a 120 personas. Las habitaciones son individuales, dobles y triples. Todas disponen de calefacción, aire acondicionado, baño completo, teléfono directo y televisión (opcional).

Asimismo nos ofrecemos nuestro restaurante, con una capacidad de 500 plazas y una amplia gama de menús para grupos (3^a edad, estudiantes, congresos, impresas. Siempre intentaremos adaptarnos a sus necesidades económicas horarias y gastronómicas en la confección y servicio de nuestras menús.

Finalmente; tenemos un Bar-Self-Service, que permanece abierto las 24 horas de cada día, poniendo a su servicio las personas necesarias para atenderle de una forma rápida y eficaz.

Tenemos ofertas especiales los fines de semana y festivos.

Por tal motivo, nos ponemos a su disposición para cuando puedan necesitar en relación con nuestros servicios, facilitándoles presupuesto sin compromiso. Para cualquier reserva o información pueden ustedes ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono (937) 506055 o Fax (973) 506980.

Esperamos que nuestra oferta sea de su interés, entretanto aprovechamos gustosos la ocasión para hacerles patente el testimonio de nuestra consideración más distinguida.

Muy atentamente,

Ramón Gómez
Director-Gerente

Ejercicios:

Ejercicio 1: Traduzcan al ruso el ejemplo de la carta de oferta.

Ejercicio 2: Traduzcan al ruso las frases siguientes:

De acuerdo con la conversación telefónica mantenido el pasado día 11; Refiriéndonos a la información sobre su empresa que la Cámara de Comercio e Industria de la provincia de Soria ha tenido la anabilidad de confiarnos: De acuerdo con la breve entrevista mantenida el pasado mes de octubre en la feria de Valencia, nos es grato adjuntarle: Confirmando nuestra conversación telefónica: Somos una empresa que se dedica a: los precios son tan bajos que no tienen competencia; Nos dirigimos a ustedes en

relación con el anuncio publicado; Nos dirigimos a ustedes en relación con su página en la internet donde; Hemos abierto nuestras puertas como MUEBLES COCINA; ofrecemos una amplia gama de muebles de cocina; una novedad de nuestro servicio es; tenemos el gusto de ofrecerle nuestro nuevo servicio; tenemos una amplia gama de vidrios de todo tipo que suministramos y colocamos a medida; juego completo de muebles con complementos como cuadros, lámparas, etc.; los servicios que les ofrecemos son los siguientes; les ofrecemos los siguientes productos; especialmente pensado para un público joven; poseemos una extensa red nacional; tenemos una gran experiencia acreditada por la colaboración con las mejores empresas; adjunto le enviamos la lista de precios y horarios en vigor hasta 30 de diciembre; si desean más información le enviamos la información que necesite con mucho gusto; para cualquier información pueden ustedes ponerse en contacto con nosotros a través del correo electrónico; con referencia a la Embajada España y a D. Angel Maria Asturias en particular, donde puede ustedes reclamar información sobre nuestra empresa.

Ejercicio 3. Indiquen los equivalentes en español:

Хотим сообщить Вам; Мы обращаемся к Вам, чтобы сообщить; Согласно нашему короткому разговору при встрече на выставке в Киеве; В подтверждение нашего разговора по телефону; Опираясь на информацию, предоставленную нам торговой палатой; Наша фирма работает на рынке Украины уже восемь лет; У нас обширная торговая сеть по всей стране; Качество наших услуг подтверждает сотрудничество с такими фирмами как....

Ejercicio 4. Compongán el texto de la oferta comercial, utilizando las frases siguientes, traduzcan al español:

А) фирме, стенд которой на выставке в Милане вы посетили прошлой осенью, обменявшись визитками с ее представителями;
Б) фирмам, чьи данные вы получили в ответ на обращение в торговую палату Валенсии...
В) фирме, которую нам порекомендовать успешно сотрудничавший с ней ранее предприниматель.

Ejercicio 5. Traduzcan del ruso al español:

1. - Мы являемся фирмой, которая занимается
2. - Мы обращаемся к Вам по поводу опубликованного объявления....
3. - С удовольствием предлагаем Вам нашу новую услугу....



4. - ...полный мебельный гарнитур с такими дополнениями, как картины лампы....
5. - ...услуги, которые мы Вам предлагаем следующие...
6. - ...у нас имеется большой опыт сотрудничества с лучшими фирмами...
7. - ... если Вы хотите получить больше информации, мы пошлем Вам необходимую информацию с большим удовольствием...
8. - ...для получения любой информации Вы можете связаться с нами при помощи электронной почты.

Ejercicio 6. Indiquen los equivalentes rusos:

Nos permitimos molestar su atención, ofreciéndole nuestros servicios de

....

Tenemos el gusto de ofrecerles nuestro nuevo....

Nos ponemos en contacto con ustedes para informales que hemos abierto nuestras puertas como...

Des de hace diez años nuestra empresa se dedica a ...

Ejercicio 7. Compongan su ejemplo de la carta.

Ejercicio 8. Indiquen los requisitos indispensables para que la carta sea eficaz.

Ejercicio 9. Indiquen las frases correeses que sirven de despedida.

Ejercicio 10. Indique las frases corteses que sirven de saludo

Заказ № _____ от « _____ » _____ 200 _____. Тираж _____ экз.
Изд-во СевНТУ



