

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra romanistiky



**SROVNÁNÍ JAZYKA OBCHODNÍ
KORRESPONDENCE VE ŠPANĚLŠTINĚ A ČEŠTINĚ**

The confrontation of the spanish and czech language
of business correspondence

Bakalářská práce

Vedoucí bakalářské práce:
Mgr. Hana Hrubá

České Budějovice, únor 2009

Autor:
Veronika Dvořáková
3.ročník
SJEMO

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci Srovnání jazyka obchodní korespondence ve španělštině a češtině vypracovala samostatně pod vedením Mgr. Hany Hrubé a uvedla v seznamu literatury všechny použité literární a odborné zdroje.

V Českých Budějovicích dne:.....

.....
podpis autora

Anotace

Předmětem bakalářské práce je porovnání typických jazykových prostředků obchodní korespondence v českém a španělském jazyce pro jednotlivé typy obchodních dopisů. Úvodní část práce se zabývá charakteristikou obchodního dopisu, co je jeho smyslem a výhodami písemné komunikace. Druhá část pak strukturou dopisu, jeho jednotlivými úseky a jejich umístěním jak v českém tak i španělském dopise. Zaměřuje se na vlastnosti, které by měl mít každý obchodní dopis a způsoby jakými můžeme dopisy komunikovat. Zabývám se rozdíly mezi španělským a českým obchodním dopisem z hlediska stylistického, gramatického a lexikálního. V této části bakalářské práce jsou popsány specifické písemnosti při uzavírání obchodních smluv, při plnění obchodních smluv a při porušování obchodních smluv. V závěrečné části práce jsou shrnuty dosažené poznatky, vyhodnocení a přínosy této práce.

Annotation

The aim of this thesis is the comparison of typical language instruments of Czech and Spanish business correspondence. The opening part of the thesis considers the characteristics, the purpose and advantages of business letters. The further part is aimed at the build of letters, its single parts and its location in Czech and Spanish letters. Focusing on typical characteristics of business letters and the way how we can communicate letters. Consider the differences between Czech and Spanish letters with the view of stylistics, grammar and lexicology. This part of the thesis defines the specific papers at concluding a treaty, performing a contract and breaching of contract. The closing part of the thesis summarizes achieved findings, evaluations and benefits of this thesis.

Děkuji Mgr. Haně Hrubé za cenné rady, poskytnuté informace a připomínky, kterými přispěla k vypracování této bakalářské práce.

ÚVOD	8
1 CHARAKTERISTIKA OBCHODNÍHO DOPISU	9
2 STRUKTURA OBCHODNÍHO DOPISU	9
3 PRVNÍ ČÁST DOPISU	10
3.1 ZÁHLAVÍ.....	10
3.2 DATUM	10
3.3 ADRESA PŘÍJEMCE	11
3.4 ADRESA NA DOPISNÍCH OBÁLKÁCH.....	11
3.5 VĚC (ASUNTO)	12
3.6 ODVOLACÍ ÚDAJE (REFERENCIAS).....	12
3.7 K RUKÁM (A LA ATENCIÓN DE).....	13
3.8 OSLOVENÍ	13
4 DRUHÁ ČÁST DOPISU	14
4.1 ÚVODNÍ VĚTA	16
5 TŘETÍ ČÁST DOPISU	20
5.1 ROZLOUČENÍ.....	20
5.2 VLASTNORUČNÍ PODPIS.....	21
5.3 PŘÍLOHY	21
5.4 ROZDĚLOVNÍK	21
5.5 DOPLŇUJÍCÍ ÚDAJE.....	21
6 SROVNÁNÍ ŠPANĚLSKÉ A ČESKÉ OBCHODNÍ KORESPONDENCE Z HLEDISKA STYLISTICKÉHO, GRAMATICKÉHO A LEXIKÁLNÍHO	22
7 FAX	23
8 ELEKTRONICKÁ POŠTA (E-MAIL)	24
9 TIPY OBCHODNÍCH DOPISŮ	24
9.1 PÍSEMNOSTI PŘI UZAVÍRÁNÍ OBCHODNÍCH SMLUV.....	25
9.1.1 Poptávka	26
9.1.2 Nabídka.....	26
9.1.3 Objednávka	28
9.2 PÍSEMNOSTI PŘI PLNĚNÍ OBCHODNÍCH SMLUV	29
9.2.1 Potvrzení o přijetí.....	29
9.2.2 Faktura	30
9.2.3 Odvolávka	31
9.2.4 Převážní dispozice.....	31
9.2.5 Návěstní zásilka (avízo)	31
9.2.6 Dodací list	32
9.3 PÍSEMNOSTI PŘI PORUŠOVÁNÍ OBCHODNÍCH SMLUV	32
9.4 Jiné druhy písemností.....	34
10 ZKRATKY	36
ZÁVĚR	38
RESUMÉ:	39

ÚVOD

Rozmach zahraničního obchodu ve světě stupňuje nároky na písemný styk, obchodní korespondence se proto stává zdrojem úspěchu mnoha obchodních společností. Je prvním signálem firmy, důkazem kvality, vzdělanosti pracovníků a také toho jak si váží svých obchodních partnerů a kolik péče je ochotna jim věnovat.

Obchodní dopisy jsou jeden z nejmocnějších, ale i podceňovaných a nesprávně používaných obchodních nástrojů. Při psaní dopisu musíme mít stále na mysli, že dopis, který píšeme není naše individuální tvorba, nýbrž součást toho, co děláme pro dobré jméno firmy.

Americký odborník na direct marketing Bob Stone se jednou během přednášky zeptal svých studentů: „Kolik z vás už někdy psalo rodičům, že potřebujete peníze?“ Všichni pochopili. Nejlepší dopisy bychom mohli považovat za „organizovanou řeč.“ Když je přečteme nahlas, znějí, jako by k vám promlouval přítel. To vás natolik odzbrojí, že je jednodušší vás přesvědčit. (Bird, 2004:9)

Zadání této bakalářské práce ukládá stanovit zásady pro psaní obchodních dopisů v obou jazycích, porovnání jazykových prostředků typických pro různé typy obchodních dopisů, popřípadě vytvoření dvojjazyčného slovníku nejfrekventovanějších výrazů. V první části bakalářské práce se věnuji charakteristice obchodního dopisu, jak důležitá je příprava na psaní dopisu; shromáždění, prostudování a promyšlení všech podkladů. V následující části se zabývám strukturou dopisu, jeho základními částmi, umístěním těchto částí v dopise českém i španělském, uvádím nejfrekventovanější ustálené vazby typické pro jednotlivé dopisy, srovnávám španělskou a českou obchodní korespondenci z hlediska stylistického, gramatického a lexikálního.

Další část práce má za cíl jednoduše charakterizovat nejpoužívanější typy dopisů, zabývám se také dalšími způsoby zasílání písemností faxem, elektronickou poštou.

Součástí této bakalářské práce je i slovník zkratk, které jsou v korespondenci velice často používané a zrychlují psaní.

Bakalářská práce byla zpracována za použití poznámek z přednášek na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích, prostudované literatury a konkrétních obchodních dopisů v češtině a španělštině.

1 CHARAKTERISTIKA OBCHODNÍHO DOPISU

Obchodní dopis je nejpoužívanější komunikací v obchodní korespondenci. Náplní obchodní korespondence je komunikace ve světě obchodu a podnikání. Dopis je velice osobní formou sdělení, samozřejmě hned po rozhovoru ať osobním nebo telefonickým. Výhodou psaného projevu je jistě možnost propracování textu a promyšlení slovních obrátů a v neposlední řadě i možnost oslovení co nejširší veřejnosti. Důležitý je čas na přípravu dopisu, to znamená čas, abychom mohli prozkoumat téma, výrobek či službu a přemýšlet o lidech, jimž budeme psát, zjistit si o nich co nejvíce informací. Umožní nám to reagovat na jejich potřeby. Jinými slovy dívat se na věc očima čtenáře. Zároveň ukážeme, že si dotyčného natolik vážíme, že nám stálo za námahu si vše potřebné zjistit. Vypovídá nejen o nás ale také o obchodní společnosti či jiné entitě, kterou tímto způsobem prezentujeme. *„Svědčí o kvalitě práce organizace, o osobnosti jednotlivce. Má být správný po stránce věcné, slohové, pravopisné, grafické a má být upraven podle normy.“* (Kuldová, Fleischmannová, 2007:25)

Nástroji pro splnění tohoto úkolu jsou vhodné a správné oslovení, úvodní věta, která musí být zdvořilá, zároveň si získáváme adresátovu pozornost a vysvětlení podstaty dopisu. Důležitá je i závěrečná formule.

2 STRUKTURA OBCHODNÍHO DOPISU

Obchodní dopis by měl dodržovat ustanovenou podobu pro svižnějšímu přečtení a porozumění dopisu. Existuje několik způsobů úprav psaní dopisů mezi ty nejpoužívanější patří bloková úprava a zarovnání vpravo. Nejvíce používaná u obchodních a úředních dopisů je bloková úprava. Je stále více oblíbenější, a je používána většinou zahraničních firem, u nás se již také postupně prosazuje. Usnadňuje, urychluje a zefektivňuje zhotovení písemnosti. Všechny odstavce začínají od levé svislice, podpis se také umísťuje od levé svislice (ale může být umístěn i vpravo). Méně se však používá při psaní osobních dopisů. Při automatickém zarovnávání pravého okraje musíme dát pozor na chyby, které se při tomto způsobu zarovnání vyskytují. *„Např. na konci řádku je uveden titul a až na dalším řádku jméno nebo nesmí být rozdělena značka měny a konkrétní částka; neslabičné*

*předložky s, z, v, k, nesmějí zůstat jako poslední znak na řádce.*¹ Ukázka blokové úpravy dopisu z knihy Česko – španělská obchodní korespondence v příloze č.1.

Obecně můžeme dopis rozdělit na tři části a to jak v českém tak i ve španělském dopise, předtištěné záhlaví dopisu (název firmy, sídlo, značka firmy), adresa příjemce, věc, odvolací údaje, k rukám.

Druhá část dopisu je uvozena oslovením. Následuje text dopisu, proč se obracíme právě na tuto konkrétní osobu, co potřebujeme a řešení problému.

Nezbytnou součástí třetí poslední části dopisu je pozdravná formule, razítko firmy, vlastnoruční podpis, jméno a funkce pisatele, přílohy, rozdělovník či na vědomí.

3 PRVNÍ ČÁST DOPISU

Předtištěné záhlaví dopisu

Datum

Adresa příjemce

Adresa na dopisních obálkách

Věc

Odvolací údaje

K rukám

Oslovení

3.1 Záhlaví

Je předtištěná část dopisu, zahrnuje název firmy, čím se zabývá, poštovní adresu, popřípadě fax, internetové stránky, e-mail, telefonní spojení apod. Tisk může být barevný. Některé firmy uvádějí logo firmy, usnadní se tím její identifikace. Pokud firma nepoužívá hlavičkový papír, firma uvede svůj název i adresu vpravo nahoře, tyto informace se mohou objevit u některých dopisů také dole pod čarou. Tato normalizace je stejná jak pro českou tak i španělskou úpravu dopisu.

3.2 Datum

Je nezbytné uvádět datum, vyvarujeme se pozdějším nedorozuměním. Jeho místo je pod záhlavím, na pravé straně. Forma pro českou korespondenci je následující: místo, měsíc a

¹ Zdroj: <http://www.asistentka.cz/jsem-uspesna/obchodni-korespondence/upravy-pisemnosti-0>

den se vyznačují vždy dvoumístně pokud se měsíc vyjadřuje číselně, *při vzestupném psaní se údaje oddělují tečkou, při sestupném psaní spojovníkem. Letopočty po roce 2000 se uvádějí čtyřmístně: 2001-04-21; 23.12.2008; 1999-11-24; 99-11-24; Olomouc 1.října 2002; 1972-09-02; 1976-05-31; 2000-04-26; Zadali jsme Vám reklamaci 16.3.2001.*² *Při slovním vyjádření měsíce v souvislém textu, v osobních dopisech, na peněžních dokladech, v právních písemnostech apod. Se datum píše vzestupně, 1.-9. den se píše jednomístně: 1.března 2007. (Kuldová, Fleischmannová, 2007:18)*

Ve španělské korespondenci existuje několik forem pro psaní datumu, nejvíce se vyskytuje psané vyjádření měsíce. Uvedeme den číselnou formou bez členu, následuje předložka „de“ písemně vyjádřený měsíc, předložka „de“ bez členu, číselně vyjádřený rok, například: Madrid, 23 de noviembre de 2003; Febrero 21, 2005; Mataró, 09 septiembre 2003; 27 Marzo 2004; Barcelona, a 17-04-2001; 07/11/2004; 15-IX-2004³

3.3 Adresa příjemce

„Obsahuje jednoznačné označení příjemce – u fyzických osob titul, jméno a příjmení, u právnických osob přesný název nebo oficiálně užívanou zkratku úřadu či organizace“ (Kuldová, Fleischmannová, 2007:33) ,název ulice a číslo popisné, poštovní směrovací číslo. V případě, že je dopis posílán do ciziny, „respektují se některé zvláštnosti, např. v adresách do Francie a Velké Británie se uvádí napřed číslo domu a pak název ulice, v posledním řádku se píše velkými písmeny název státu v jazyku země určení nebo francouzsky. Je-li adresa psána jiným písmem než latinským (např. azbukou), píše se název státu jednak azbukou, jednak latinkou.“ (Fleischmannová, Kuldová, Šedý, 2006:16)

Místo pro adresu se v české korespondenci nachází vpravo nebo vlevo od levé svislice. Španělská korespondence vymezuje pro adresu příjemce povětšinou levý okraj.

3.4 Adresa na dopisních obálkách

Adresa odesílatele se v české korespondenci na obálkách umísťuje v levé horní čtvrtině. Na obálkách s předtiskem je jí vyhrazeno přesné místo. Do pravé dolní čtvrtiny píšeme adresu adresáta. Na obálkách s předtiskem se adresa píše do adresového pásma vyznačeného orientačními růžky. Adresy se píší nebo tisknou buď přímo na obálky. Časté je také nalepení adresního štítku s předtištěnou adresou přímo na obálku. Ve španělské

² Zdroj: <http://www.asistentka.cz/jsem-uspesna/obchodni-korespondence/upravy-pisemnosti-0>

³ Příklady čerpány z knihy: Macíková, O., Mlýnková, L. Obchodní španělština – Español comercial. 2005. s.22

korespondenci najdeme adresu příjemce na pravé straně. Adresa na obálce se musí shodovat s adresou na dopisním papíře. Před jmény zpravidla umístíme také tituly, pokud je nám známé postavení adresáta ve firmě uvedeme ho pod jméno. Příklad z knihy „Obchodní španělština-Español Comercial“⁴:

*Excmo. Sr. D. Francisco Javier Rojo García
Presidente de Senado
Plaza de la Marina Española, 8
28071 MADRID*

V české korespondenci vypadá adresa následovně:

*Vážená paní
Dr. Jarmila Novotná
Pod Mlýnem 4
Sídliště A. Staška
390 03 TÁBOR 3⁵*

3.5 Věc (asunto)

Neboli heslovitě předmět nebo záležitost, která se má řešit. V korespondenci psané v češtině začínáme psát věc, na levé straně, píšeme velké počáteční písmeno, na konci neděláme tečku, celou informaci zvýrazníme tučně. Slovo věc se nepíše ani nepředtiskuje. Mezi posledním údajem a věcí jsou vynechány dva řádky. Ve španělské korespondenci je tento údaj nepovinný a ve skutečnosti se ani moc nepoužívá. Slovo asunto (věc) může být předtištěno.

3.6 Odvolací údaje (referencias)

Jsou to nepovinné údaje, nicméně jejich uvedení v dopise usnadní orientaci a identifikaci konkrétního dopisu. *Na dopisní papíry pro obchodní dopisy v české korespondenci lze předtisknout tyto údaje: “Vaše značka, Váš dopis značky, Ze dne, Naše značka, Vyřizuje, Telefon, linka, mobil, fax, E-mail, internet, Datum“ (Kuldová, Fleischmannová, 2007:35)* Existuje sloupcová nebo řádková úprava.

⁴ Příklady čerpány z knihy: Macíková, O., Mlýnková, L. Obchodní španělština – Español comercial. 2005. s.30

⁵ Zdroj: Kuldová, O., Fleischmannová, E., Jak psát obchodní dopisy a jiné písemnosti, s.34

„Ve španělské korespondenci najdeme odvolací údaje: su referencia, su carta, nuestra referencia, nuestro escrito nebo odvolací údaje vyjádřené zkratkami: s/ref., s/carta, n/ref., n/escrito.

Za nebo pod těmito zkratkami se píše velkými písmeny iniciály osoby, která diktovala tento dopis a za lomítkem iniciály osoby, která tento dopis psala. Poté může následovat čísla nebo písmena, které korespondují s čísly ve spisovných nebo archivech podniku“.⁶

3.7 K rukám (a la atención de)

Tento údaj použijeme, pokud dopis posíláme do nějaké instituce či firmy, ale chceme, aby tento dopis byl doručen jedné konkrétní osobě pověřené vyřizováním záležitostí.

3.8 Oslovení

Je nezbytností a musí být v každém dopise. Někdy je těžké vybrat správné oslovení, uvědomme si s kým komunikujeme a jakou úctu mu chceme vyjádřit. V české i španělské korespondenci se oslovení píše od levé svislíce. V českém dopise oslovujeme pátým pádem, na začátku oslovení se píše velké písmeno, následuje čárka, mezi oslovením a začátkem textu dopisu se vynechává jeden řádek. Text dopisu pak začíná malým písmenem. Nejpoužívanější oslovení: Vážení; Vážená (paní); Vážená a milá (paní); Vážený (pane); Vážený a milý (pane); Vážené paní a pánové; Vážení (obchodní) přátelé/partneři; Milý kolego.

Tato oslovení můžeme zosobnit, personalizovat: Vážená paní učitelko, Vážený pane Lukeš, atd. Má-li adresát akademický titul, nesmíme zapomenout tento titul použít. Je-li adresát nositelem hned několika titulů, uvedeme ten nejvyšší. Při oslovení není dobré kombinovat jméno a titul: „Vážený pane inženýre Látale“.

Ve španělském jazyce pro tento účel používáme zájmeno usted/ustedes (vy) ve smyslu vykání, sloveso je pak ve shodě s třetí osobou jednotného nebo množného čísla. V případě, že s adresátem máme již přátelský či důvěrný vztah, používáme zájmeno tu/vosotros(as), v tomto případě osobě tykáme. Sloveso nám musí korespondovat s druhou osobou plurálu či singuláru. Oslovení začíná velkým písmenem, za ním následuje dvojtečka. Text dopisu začíná velkým písmenem. Forma oslovení je různá, záleží na vztahu mezi odesílatelem a příjemcem dopisu.⁷ Nejvíce používané výrazy v oslovení: Señor(es); Señora(s);

Apreciado(s) señor(es); Apreciada(s) señora(s); Distiquido(s) señor(es); Distinguida(s)

⁶ Srovnejte Macíková, O., Mlýnková, L., Obchodní španělština – Español Comercial. 2005. s.24

⁷ Srovnejte Gómez de Enterría, J., Correspondencia comercial en Español, s.16

señora(s); Estimado(s) señor(es); Estimada(s) señora(s); Muy señor(es) mío(s); Muy señora(s) mía(s); Muy señor(es) nuestro(s); Muy señora(s) nuestra(s); Serenísimo(s) señor(es); Serenísima(s) señora(s);

Oslovení můžeme také ve španělském jazyce personalizovat: Distinguido señor director;, Estimado señor García: atd. Pokud máme s příjemcem našeho dopisu osobnější vztah můžeme použít i oslovení typu: Estimado amigo, Estimado Luis apod.

Věnujme velkou pozornost jménu a funkci příjemce našeho dopisu. „*Existují jiné situace, kdy je člověk ne-li uražen, tak alespoň znechucen. Jsou to případy, kdy vám zkomolí jméno, popletou vaši funkci ve firmě, nebo jsou chybně některé další detaily.*

Tyto věci jsou důležité. Nejenom že adresáty rozezlí, narušují rovněž věrohodnost celého dopisu. Především platí, že lidé se dívají na své jméno a adresu velice pečlivě. Jestliže si někdo nedá tu práci, aby zjistil kdo vlastně jste, jaká je záruka, že si povede dobře ve všem ostatním?“(Bird, 2004:247)

Jestliže dopis směřujeme vysokým hodnostářům, úřadům, používáme speciální oslovení, které se dělí podle hodnosti adresáta viz příloha č.2. V české korespondenci takovéto oslovení nenajdeme, z toho vyplývá, že španělština používá v korespondenci mnohem formálnější jazyk než čeština.

4 DRUHÁ ČÁST DOPISU

Samotný text dopisu je nejzajímavější a nejvíce důležitá část dopisu. Při psaní obchodního dopisu bychom se měli držet konkrétních pravidel, každý obchodní dopis by měl být srozumitelný, výstižný, stručný, přesvědčivý, střídmý.

SROZUMITELNOST (CLARIDAD)

Obchodní dopisy musejí být srozumitelné, mají mít správnou strukturu. Je nutné vyvarovat se dvojsmyslných nebo neurčitých výrazů. Dopis by měl být psán takovým způsobem, aby byl možný jen jeden výklad. Neměli bychom používat nepřirozené vyumělkované výrazy, krkolomné výrazy, opakování slov a nadbytečné množství zkratk. Také se vyvarujeme přílišnému používání technických výrazů a cizích slov. Nesmíme čtenáře mást, to znamená neskákat od jednoho tématu ke druhému.

VÝSTIŽNOST (PRECISIÓN)

Obchodní dopis musí být výstižný, krátký, obsah sdělení se nesmí zbytečně vléct ale nesmí chybět podstata sdělení. K tomu nám poslouží krátké a jednoduché věty, ve kterých je pevně zakotven důvod proč se na adresáta obracíme.

STRUČNOST (CONCISIÓN)

Právě tato vlastnost slouží k tomu, aby dopis byl lehce a rychle čitelný. Musí udržet pozornost čtenáře.

PŘESVĚDČIVOST (PERSUASIÓN)

Musíme mít vždy na paměti co chceme říci a komu to sdělujeme. Důležité je také vyvolat zájem čtenáře. „*Když se podíváme na jádro vašeho dopisu, dobrým nápadem je podívat se na každou větu a zeptat se: kdybych byl čtenářem, co bych se chtěl dozvědět teď?*“ (Bird, 2004:158)

Aby byl dopis opravdu přesvědčivý nesmí se v něm vyskytovat žádné pravopisné ani obsahové chyby.

STRÍDMOST (PRUDENCIA)

Jazyk obchodního dopisu by měl být střídmý, umírněný, zdrženlivý a zároveň zdvořilý.

Především dbáme na zdvořilost. Hlavní pravidlo je nikdy neurážet, pouze lichotit.

Vždy bychom měli myslet na to, aby obchodní dopis vypadal dobře i po své vnější stránce, krátké odstavce, dodržení expozice a svázanosti mezi nimi.

Dopis by měl být přehledný, toho docílíme grafickou úpravou, co myšlenka to nový odstavec. Proto aby byl dopis opravdu kvalitní nepotřebujeme nijak zvláštní umělecké či technické prostředky, stačí když budeme mluvit jako člověk s člověkem, aby zněl jako přirozená lidská řeč. Pravdou je, že mnoho formálních dopisů by dosáhlo lepších výsledků, kdyby ukázaly mnohem více lidskosti, to znamená vyvarovat se neosobní stylizaci typu: „*Naše firma s Vámi jednala o...*“, místo toho použijme raději „*Jednali jsme s Vámi o...*“. Vždy mějme na paměti, že mezi sebou jednají především lidé, ne firmy.

Představme si komu píšeme, nepišme všem ale jen konkrétní osobě, „*když se snažíte zapůsobit na všechny, nikdo vás nebude poslouchat. Lidé ignorují sdělení, která nemají osobní nádech.*“ (Bird, 2004:10)

Četba dopisu by měla být pro čtenáře potěšením. Musí čtenáře upoutat. V dopise by se neměli objevit klišé, do textu je přidáváme skoro aniž bychom nad nimi přemýšleli. To samé se týká i cizích slov, mnohdy se bez nich neobejdeme, jelikož řada z nich nemá v češtině nebo španělštině odpovídající ekvivalent (software, hardware, internet atd.)

Důležité je psát jazykem, kterému každý rozumí, nepoužívat přespříliš odborných výrazů

a žargon. Drayton Bird, autor knihy „Jak psát obchodní dopisy s nabídkou“ radí: „*Stejně jako je dobré dát svůj dopis přečíst někomu jinému, je dobré přečíst si ho sám nahlas. Jestliže zní jako nějaké předpisy, dopis z finančního úřadu nebo prohlášení politické partaje, je to špatné.*“ (Bird, 2004: 199) Nicméně se při psaní obchodního dopisu držíme ustálené slovní zásoby, tzn. hospodářské názvosloví, právní názvosloví atd.

Obchodní dopis je jako kterýkoliv kontakt se zákazníkem, vyplácí se být zdvořilý. Když koupí zákazník něco v obchodě také poděkujeme, ne jinak by to mělo být i v obchodním dopise.

„*Dobře napsaný dopis tohoto typu je jako usměvavý, ochotný prodavač. Nic nemůže vašemu prodeji pomoci více. Špatně napsaný dopis je jako nesympatický, zatrpklý trouba, který vaše zákazníky spolehlivě odradí.*“ (Bird, 2004:68)

Dopis nezatěžujeme dlouhými odstavci a větami. Sdělení by mělo být krátké, bez zbytečných opakování slov a dlouhých vět. Málokomu by se chtělo číst dlouhá slohová cvičení, navíc se tím ztrácí přehlednost.

Nepoužívat podmiňovací způsob a subjunktiv tam, kde není potřeba. Tím totiž vyjadřujeme, že pro splnění činnosti je potřeba splnit nějakou podmínku. „Chtěli bychom Vás pozvat...“, můžeme nahradit „Zveme Vás...“.

Pokud chceme nějakou myšlenku nebo informaci zdůraznit, můžeme ji napsat velkými písmeny, podtrhnout nebo napsat tučně. „*Výběr různých prostředků, jichž můžete využít, je vlastně dán pouze vaší vynalézavostí a zdravým úsudkem. A NIKDY NEZAPOMEŇTE, ŽE TEN, KDO ZDŮRAŽŇUJE VŠECHNO, NAKONEC NEZDŮRAZNÍ NIC.*“ (Bird, 2004:224) Jak v české tak i španělské korespondenci se vyhněme slovům asi, snad, možná, ve španělštině acaso, quizá, tal vez, aproximadamente, posiblemente apod., tato slova vyvolávají u příjemce pochyby a nedůvěru.

Nejdůležitějším faktorem, který dělá dopis hodnověrným je pravopis, jistě nebude od věci mít při ruce pravidla pravopisu. Styl dopisu by měl být jednoduchý, přirozený a především zdvořilý. Nejlepší variantou je přizpůsobit tón dopisu adresátovi, to znamená, zjistit, co možná nejvíce informací o osobě či firmě, které píšeme.

4.1 Úvodní věta

Podíváme-li se na obchodní korespondenci blíže, zjistíme, že se struktura obchodní korespondence skládá ze série jednoduchých ustálených zdvořilostních výrazů, které se používají na základě podobnosti situace. Tato charakteristika obchodních dopisů je

tématem knihy „Stavebnicová obchodní korespondence“, Dr. Dušan Závada a Antonín Dynda. „Autoři vybrali nejčastější stavební prvky obchodních dopisů, které systematicky a přehledně uspořádali do této příručky. Přitom použili adekvátních formulací po věcné i jazykové stránce. V příručce jsou uvedeny hotové česko-španělské věty, souvětí, ba i celé odstavce v té podobě, jak se vyskytují v korespondenční praxi nejčastěji. Z nich pouhým složením lze snadno sestavit dopis ve španělském jazyku, a to i tehdy, když ten, kdo je pověřen ho napsat, má jen omezené jazykové znalosti.“ (Závada, Dynda, 1980:9) Při psaní obchodních dopisů bychom měli tyto ustálené výrazy znát, nám to usnadní práci a čtenáři to usnadní čtení. Pro španělskou korespondenci jsou tyto výrazy typické a nevyhnutelné. Výrazy používané v úvodu textu dopisu se liší podle obsahu sdělení, zde uvádím příklady z knih „Obchodní španělština – Español Comercial“ (Macíková, Mlýnková, 2005) a „Stavebnicová obchodní korespondence, česko-španělská“ (Závada, Dynda, 1980):

a) Pokud chceme nabídnout své služby, začínáme obchodovat:

tímto dopisem Vás chceme informovat...

obracíme se na Vás za účelem...

zamýšlíme rozšířit svou činnost...

jsme společnost věnující se obchodu...

Somos una compañía especializada en...

Nos es grato comunicarles...

Por la presente queremos informarles de...

Nos dirigimos a usted (es) con el fin de...

b) Odpovídáme na dopis, potvrzujeme přijetí dopisu:

potvrzujeme příjem Vašeho dopisu z...

na základě Vašeho dopisu z...

v souladu s instrukcemi obsaženými ve Vašem dopise z...

Con esta fecha acusamos recibo de su escrito...

Conforme a su carta de fecha/del...

De acuerdo con las especificaciones hechas en su carta de fecha...

En contestación a su carta...

c) Při psaní žádosti, poptávky:

žádáme Vás, abyste nám laskavě zaslali veškeré dostupné informace o...

dovolte, abychom Vás požádali o...

máme zájem o...

Agradecemos se sirvan remitirnos a la mayor brevedad...

Con fecha 1 de diciembre hemos recibido la mercancía n.º ...

Estamos interesados/Nos interesamos por...

d) Odpovídáme na žádost nebo poptávku:

odvoláváme se na Vaši žádost ze dne...

děkujeme za Vaši poptávku...

Nos referimos a la carta de su compañía...

Agradecemos su solicitud...

e) Při psaní reklamace (výtky):

s politováním Vám sdělujeme, že...

opravdu neradi Vám oznamujeme, že...

uplatňujeme u Vás reklamaci na...

Lamentamos sinceramente lo ocurrido...

Les pedimos explicaciones por qué...

Lamentamos manifestarle que devolveremos la mercancía...

f) Při psaní odpovědi na reklamaci (výtku):

reklamaci okamžitě přešetříme a podáme Vám zprávu do...

požádali jsme naše oddělení, aby reklamaci důkladně přešetřil.

Volveremos a la reclamación inmediatamente después de comprobar todos los detalles

Estudiaremos inmediatamente la reclamación y les informaremos...

g) Při psaní upomínky k nezaplacení peněžní částky:

stále ještě jsme neobdrželi úhradu naší faktury...

již před týdnem byla splatná naše faktura..., doposud jsme ale nedostali její úhradu. upozorňuji Vás na dlužnou částku.... Jestliže jste částku uhradil v posledních několika dnech, prosím, ignorujte tento dopis a přijměte naše díky.

Le agradeceremos se sirva enviarnos un cheque por...

Con esta fecha giraremos a su cargo una letra pagadera el...

h) Při psaní nevyžádané nabídky:

toto je netradiční výzva,

přišli jsme s něčím, co nemáte

!Por fin, el producto que Ud. Necesita!

Tenemos el gusto de ofrecerle (s) nuestro servicio especial...

i) Při psaní vyžádané nabídky:

nabízíme závazně, a to k dodání do 2 měsíců...

dovolujeme si Vám nabídnout...

Hemos realizado un cálculo exacto y podemos ofrecerles:

Nuestra fábrica nos ofrece para la exportación este año estas capacidades:

j) Při psaní fakturace:

prosíme o sdělení přesných fakturačních pokynů k výše uvedené objednávce.

Rogamos nos comuniquen cómo hemos de extender la factura para la entrega según...

Po úvodní formulce následuje první odstavec, kde příjemci dopisu sdělujeme důvod, proč píšeme. Ve druhém odstavci propracováváme téma, které jsme započali v prvním odstavci. Celý dopis završíme řešením našeho tématu a závěrečnou formulkou, které stejně jako ustálené výrazy v úvodu dopisu mají v korespondenci určitou pravidelnost.

Používané výrazy inklinují k neustálému zjednodušení, ty nejčastěji užívané jsou:

Očekáváme Vaši odpověď a...

Jestliže by Vám toto řešení vyhovovalo/nevyhovovalo, prosíme abyste nám poslali zprávu obratem.

Pokud si přejete více informací, rádi Vám je poskytneme.

Quedamos a su entera disposición.

Esperando sus prontas noticias.

Con el deseo de haberles complacido...

No duden en llamarnos si necesitan cualquier aclaración.

5 TŘETÍ ČÁST DOPISU

Rozloučení

Vlastnoruční podpis, jméno podepsaného, titul nebo funkce podepsaného

Přílohy

Rozdělovník, kopie, postdata

Doplňující údaje

5.1 Rozloučení

Mezi ním a posledním řádkem textu se vynechává jedna řádka. Stejně tak jako pozdrav je krátké a jednoduché. Velmi často se používají jednoslovné nebo dvouslovné fráze, zde uvádím některé příklady.

Výrazy bez slovesa za nichž je čárka:

Con un cordial saludo,

Cordiales saludos,

Reciba un cordial saludo,

Afectuosos saludos,

Sinceramente,

Atentamente,

Cordialmente,

Un saludo,

Atentos saludos,

Výrazy se slovesem v první osobě s tečkou na konci:

Le saludo muy cordialmente.

Nos despedimos atentamente.

Reciba mis cordiales saludos.

Výrazy se slovesem ve třetí osobě s tečkou na konci:

Quedamos a su disposición y aprovechamos la oportunidad para saludarles atentamente.

Výrazy s gerundiem:

Agradeciéndole su atención, le saludan atentamente.

V české korespondenci jsou to rozloučení: S pozdravem; S přátelským pozdravem; Se srdečným pozdravem; S zdvořilým pozdravem; S uctivým pozdravem; Těšíme se na Vaši odpověď a jsme s pozdravem.

5.2 Vlastnoruční podpis

V české korespondenci se umísťuje napravo nebo nalevo, ve španělské korespondenci napravo, pod ním se strojově vypíše titul, jméno, příjmení a funkce podepsaného. Místo pro razítko je nad vlastnoručním podpisem. Rozhodně bychom měli promyslet, kdo dopis podepíše. „Dopis od „asistenta zástupce ředitele marketingu“ těžko rozzáří váš den.

Dopis od výkonného ředitele ano...Snažte se, aby váš dopis podepsal co nejdůležitější člověk...Pouhý fakt, že prezident nebo výkonný ředitel společnosti něco podepíše, dodává tomuto dokumentu větší váhu a hodnověrnost.“ (Bird, 2004:248-249)

5.3 Přílohy

Po vynechání dvou až čtyř řádků uvádíme po levé straně přílohy. V české korespondenci za výraz přílohy nepíšeme žádné interpunkční znaménko, ve španělské korespondenci za výraz „Anexo(s)“ umísťujeme dvojtečku. Přílohami mohou být katalog firmy, faktura, ceník, vzorky, prospekt, fotografie apod.

5.4 Rozdělovník

Údaj, který upozorňuje, že kopie byla zaslána ještě někomu jinému, píšeme po vynechání dvou řádků také po levé straně nadpis Na vědomí, Rozdělovník nebo Kopie, ve španělské korespondenci copias, llamar atención, P.S., P.D, N.B..

5.5 Doplňující údaje

Uvádějí se v zápatí stránky, jde o bankovní spojení, IČ, DIČ, číslo telefonu, e-mail, internetová adresa. Tyto údaje jsou předtištěné.

6 SROVNÁNÍ ŠPANĚLSKÉ A ČESKÉ OBCHODNÍ KORESPONDENCE Z HLEDISKA STYLICKÉHO, GRAMATICKÉHO A LEXIKÁLNÍHO

Z hlediska stylistického je španělská korespondence daleko více emotivnější než korespondence česká. Španělština užívá mnohem více hodnotících výrazů než čeština.

*Pero me considero **bien** preparado para enseñar...- Domnívám se, že jsem dobře připraven pro výuku...*

*Su universidad no es su **excelente** programa de lingüística hispánica, sería un lugar **ideal**...- Vaše univerzita s vynikajícím programem španělské lingvistiky, by byla ideálním místem...*

Pozitivní hodnocení sebe sama může být vyjádřeno i nepřímo:

***Espero que mi proyecto no le parezca demasiado malo**...- Doufám, že budete považovat můj projekt za dosti dobrý / že Vám můj projekt nebude připadat příliš slabý.⁸*

To také může být obrovským problémem v překladech španělských dopisů do češtiny. Vyhýbejme se doslovným překladům a hledejme odpovídající vazby, které korespondují s vyjadřováním v našem jazyce. Například vazbu *Estamos muy agradecidos por su apreciada carta del día*, nepřeložíme doslovně *Jsme moc vděční za Váš ctěný dopis ze dne*, ale použijeme vazbu, která je v našem jazyce daleko přirozenější, například *Děkujeme za Váš dopis ze dne*. Doslovné překlady mohou někdy vyznít skoro až pateticky. Například rozloučení „*Afectuosos saludos*“ nepřekládáme jako „*Oddaný pozdrav*“, ale jen „*S pozdravem*“. Ve španělském dopise se často vyskytuje také gerundium, které bychom správně podle gramatiky měli přeložit přechodníkem. Našemu vyjadřování bližší je jistě přeložení větou hlavní nebo vedlejší.

Z gramatického hlediska je španělština velice flexibilní jazyk a ráda si s gramatikou neláme hlavu.

⁸Zdroj: Hrubá, H., Králová, J., Krbcová, M., Chacón Gil, P., ¿FIESTA!3 –španělština pro střední a jazykové školy. s.109

a) Ve španělské korespondenci se často setkáme s vynecháním členu: *Según (la) conversación telefónica...*

Vynechává se také předložka *de, a* : *Sírvanse remitirnos una oferta...*

spojka *que, si*: *Rogamos (que) atiendan este asunto inmediatamente...*

osobní zájmena *le, les, te. (les) rogamos nos envíen...*

b) Velmi často se setkáme s užitím gerundia: *Confíando en que las mercancías...*

infinitivu: *Sentimos no poder solicitar...*

nepřímých rozkazů: *Le ruego responderme...*

opisných vazeb slovesných pro počátek děje: *comenzar a + infinitiv, empezar a + infinitiv, ponerse a + infinitiv*

pro ukončení děje: *estar + gerundium, estar + přičestí, seguir + gerundium, continuar + gerundium, ir + gerundium, llevar + gerundium, tener + přičestí, llevar + přičestí*

pro opakování děje: *volver a + infinitiv, soler + infinitiv, acostumbrar + infinitiv*

pro povinnost: *deber + infinitiv, tener + infinitiv, hay que + infinitiv*

pro pravděpodobnost: *deber de + infinitiv*

V českém jazyce píšeme čárku vždy před větou vedlejší, ve španělském jazyce tomu tak není, užití čárky je ponecháno na pocitu píšíciho. Čárkou oddělíme věty vložené: *Lo resolverán, tal vez, la próxima semana. (Vyřeší to možná příští týden.)*

Z lexikálního hlediska je španělská obchodní korespondence bohatší než česká, velmi často se nám stane, že několik španělských ustálených výrazů přeložíme do češtiny jedním jediným. Například výraz „*Děkujeme Vám za*“ : *Agradeciéndoles...*

Les agradecemos por...

Gracias por...

Les damos las gracias por...

Stejně tak existuje několik výrazů pro rozloučení zatímco v češtině použijeme jednoduché „S pozdravem“ ve španělštině *Sinceramente, Atentamente, Cordialmente, Un saludo.*

7 Fax

Fax se stal jedním ze základních způsobů zasílání písemností mezi firmami, je to levné, spolehlivé a rychlé. Struktura těchto písemností přenášených přes fax je mnohem jednodušší než klasický dopis posílaný v obálce poštou. Takto můžeme zasílat všechny druhy kopií černobílých psaných nebo grafických dokumentů. Posílat můžeme také grafy,

obrázky, mapy apod. Zcela odpadá povinnost vypisování záhlaví, píšeme pouze údaje odesílatel, příjemce, datum, věc, číslo faxu a počet stran faxu, tyto údaje jsou psány česky nebo španělsky (ve španělské korespondenci), nebo doplněno anglickými termíny pokud obchodujeme se zahraničními partnery. Mnohem častěji se setkáme s tím, že firmy mají již předtištěný hlavičkový papír. Text zprávy je stručný, nezapomeňme být stejně korektní jako při psaní jiných druhů korespondence. Při odesílání důležitých dokumentů jako jsou například obchodní smlouvy, nezapomeneme zaslat adresátovi originál poštou.

8 Elektronická pošta (e-mail)

Zaznamenala obrovský rozmach s nástupem internetu, který nabízí daleko víc možností komunikace (icq, skype, chat atd.). Internet změnil způsob dorozumívání se mezi lidmi. Ve společnosti začíná nová nerovnost, lidé, kteří jsou informováni pomocí internetu a využívají jeho výhody i nevýhody a lidé, kteří tuto možnost nemají. Přes e-mail můžeme s textem posílat také přílohy (texty, obrázky, grafy, videa, prezentace a mnoho dalšího.). Struktura e-mailu je stejně tak jako struktura faxu jednoduchá a stručná.

Elektronická zpráva obsahuje jen údaje From (od-adresa odesílatele), To (komu-adresa příjemce), Subject (stručné vyjádření čeho se zpráva týká, u klasického dopisu odpovídá údajům Věc) a datum. Obě adresy musejí být uvedeny správně. Většinou mají toto složení: název firmy nebo jméno adresáta, zavináč, název portálu, na kterém je zřízena e-mailová schránka a koncovka cz, com, net atd. Například: infoprofioffice@seznam.cz

Jestliže má firma internetovou stránku, může nabízet informace o svých službách či produktu široké veřejnosti a celému světu. Vzhled stránky by měl být zajímavý, poutavý a přehledný. V zájmu firmy by měla být neustálá aktualizace informací.

9 TIPY OBCHODNÍCH DOPISŮ

Dělíme je podle druhu sdělení:

Písemnosti při uzavírání obchodních smluv

Poptávka

Nabídka

Objednávka

Písemnosti při plnění obchodních smluv

Potvrzení přijetí

Faktura

Odvolávka

Přepravní dispozice

Návěstní zásilka (avízo)

Dodací list

Písemnosti při porušování obchodních smluv

Pobídka (urgence)

Odpovědi na pobídku (urgenci)

Reklamace (výtky)

Odpovědi na reklamace (výtky)

Upomínky úhrady faktury

Odpovědi na upomínky

Jiné druhy písemností

Bankovní korespondence

Osobní dopisy

Žádost

9.1 Písemnosti při uzavírání obchodních smluv

Jsou to písemnosti, které vznikají při nákupu a prodeji, tudíž mezi kupujícím a prodávajícím. V dnešním světě plném konkurence už nestačí jen vyrobit a prodat, musíte si také umět udržet zákazníka. A to je mnohdy mnohem těžší než samotná výroba. Dobrým pomocníkem by nám mohla být jedna vlastnost a tou je zdvořilost, ta totiž jakoby se úplně mezi lidmi vytratila.

„Co většinou rozhoduje, kromě kvality nabízených produktů, je to, jak příjemný je personál. Musí se k vám chovat způsobem, jež vy považujete za vhodný.

To je jeden z důvodů, proč mamuti korporace v současné době investují ohromné množství prostředků do snahy naučit své sebejisté pohůnky chovat se příjemně k zákazníkům.

Klasickým příkladem může být letecká společnost British Airways. Příliš se jim nedařilo, než zavedla do praxe program s názvem „Lidé především“, který pro její podnikání znamenal zásadní obrat k lepšímu.“ (Bird, 2004:206)

Výsledek obchodování mezi firmami je obchodní smlouva (kupní smlouva, smlouva o dílo, smlouva o uzavření budoucí smlouvy)

Písemnosti při uzavírání obchodních smluv

V souvislosti s uzavřením kupní smlouvy může dojít mezi kupujícím a prodávajícím k této výměně písemností:

Kupující (zákazník, odběratel)		Prodávající (výrobce, dodavatel)
Poptávka*)	↔	Nevyžádaná nabídka*)
Žádost o úpravu nabídky	←	Vyžádaná nabídka
Objednávka	↔	Úprava nabídky (odmítnutí žádosti)
	↔	Potvrzení objednávky

*) Tyto písemnosti jsou nezávazné a mnohdy jsou nahrazeny inzercí.

zdroj: KULDOVÁ OLGA, FLEISCHMANNOVÁ EMÍLIE,; 2007, *Jak psát obchodní dopisy a jiné písemnosti*, nakladatelství Fortuna Praha

9.1.1 Poptávka

Tento druh obchodní korespondence píšeme, pokud jsme kupující a hledáme přijatelného prodávajícího. Pomůže nám to vytvořit si představu o situaci na trhu. Můžeme žádat informace o firmě, katalog nebo vzorky výrobků atd.

Při psaní žádosti dbáme na pečlivou stylizaci, má být jasná stručná a spíše neosobní. Nemá obsahovat citově zabarvené jazykové prostředky. Nesmíme však zapomenout na zdvořilé jednání. V úvodu představíme naši firmu (sebe prezentace), čím se zabývá popřípadě úspěchy naší firmy, jakým způsobem jsme získali informace na onoho prodávajícího, jasně a podrobně vylíčíme důvod proč poptávku píšeme. Uvedeme druh, množství zboží, jakost, můžeme se optat na množstevní či dodací slevy, doplňující nebo zpřesňující informace k službě či produktu, které jsou nabízeny.

Příloha č.3.

9.1.2 Nabídka

Je opakem poptávky, touto písemností nabízíme služby nebo produkty, naším záměrem je uzavření kupní smlouvy. Tento druh obchodního dopisu je nejfrekventovanější druh obchodního dopisu v současnosti. Setkáváme se s ní v novinách, na internetu, časopisech

po telefonu apod. Každá nabídka by měla obsahovat popis nabízeného produktu či služby, množství a cenu, dodací, přepravní a platební podmínky, nezbytností je určitě výzva k objednavce. Nabídku dělíme na nevyžádanou a vyžádanou.

9.1.2.1 Nevyžádaná nabídka

Do této kategorie obchodních dopisů patří jakákoliv přímá reklama. Přesvědčivá nabídka může mít na podnikání neuvěřitelné účinky. Rozhodně bychom měli vytvoření nabídky přenechat odborníkům, kteří mají zkušenosti a ví, co je třeba udělat než vůbec nabídku pošlete. Definují cílovou skupinu, výtvarně zpracují leták, vymyslí slogan, sladí barvy, poradí cenu, dohlédnou na kvalitu tisku, filmu, fotek, rozhodnou o tom, jak často, kde a kdy má zákazník dostat informaci. Nemysleme si, že když umíme text zvlnit, otočit a vybarvit, že se můžeme pustit do tvorby reklamních letáků. Přenechejme tuto činnost odborníkům. My bychom měli poskytnout informace o zákazníkovi. Důležitá je analýza konkurence a stádia trhu, pak můžeme zákazníkovi sdělit unikátní výhody našeho produktu či služby, jaké jsou jejich užitky nikoli vlastnosti. Přesvědčit ho, že naše firma je ta nejlepší možnost. Velice důležité je porozumět zákazníkovi než produktu nebo službě. *„Existuje velice starý postup, který asi znáte, pokud máte s osobními dopisy určitou zkušenost. Tento postup říká, že nejdříve musíte upoutat pozornost potenciálního zákazníka, poté jej zaujmout, dále v něm vzbudit touhu po tom, co nabízíte a nakonec jej přesvědčit k činu.“* (Bird, 2004: 74) V nabídkách tohoto typu se často používá nadpis, poutač, který přesvědčí čtenáře, aby četl dále. Umístíme ho na střed, můžeme ho napsat třeba i jinou barvou. Nadpisy by měli říkat více než jen obchodní jméno. Měli by čtenáře zastavit a donutit přečíst dopis až do konce. *„Účelem nadpisu na začátku dopisu, nebo nadpisů – můžete jich mít více – je telegraficky oznámit hlavní myšlenky vašeho sdělení, aniž byste prozradili vše. Shrnout, co na čtenáře čeká, v naději, že je to přiměje dopis přečíst.“* (Bird, 2004:225) Kromě nadpisů se v nabídkách můžou vyskytnout podnadpisy, mezititulky. Ty používáme pokud chceme rozdělit dlouhý text. Když je dopis dlouhý, čtenář si obvykle dopis jen prolétne očima, díky mezititulkům se čtenář dozví vše. V příloze č.4 a 5 uvádím příklad nevyžádané nabídky, kde jsou názorně vidět nadpisy a mezititulky.

9.1.2.2 Vyžádaná nabídka

Slušností každé oslovené firmy má být odpověď na poptávku, a to i v případě nemůže-li kupujícímu vyhovět. V případě kladné odpovědi sdělujeme zákazníkovi požadované informace. Vyžádaná nabídka je přímá reakce na poptávku.

9.1.3 Objednávka

Tento druh obchodní korespondence používáme, pokud žádáme o zboží nebo služby, které nám byly nabídnuty, vytváříme kupní smlouvu. Volíme přirozené jednoduché jazykové prostředky, zvláště pak jestliže chceme s danou firmou pravidelně obchodovat. Někdy se můžeme setkat s tím, že objednávku firmy vypisují do již připravených formulářů. V tomto případě děláme tři kopie objednávky, originál si nechává odběratel zboží, zbylé dvě jsou pak pro prodávajícího a poslední je pak do archivu podniku. Příloha č.6. U objednávky nesmí vzniknout žádné nejasnosti nebo nedorozumění, proto musí být přesně definován popis zboží (pojmenování podle katalogů, bulletinů nebo číslem ze vzorkovníku), množství, cena za jednotku, celková cena, způsob platby, datum dodání způsob dodání zboží (doprava, balení, pojištění). Zboží může být dopravováno po souši, po moři nebo letecky. V zahraničním obchodě existuje soubor mezinárodních zkratk usnadňující dorozumívání mezi obchodníky, jsou to tzv. INCOTERMS. Obsahují třináct doložek a dělí se do čtyř kategorií. Do první kategorie spadá zkratka EXW (Ex Works, En Fábrica, ze závodu) „*Náklady i rizika spojená s dodávkou zboží přecházejí na kupujícího v závodě (skladě, továrně, nebo jiném ujednaném místě) dodavatele, jakmile je zboží dáno k dispozici kupujícímu. Tímto okamžikem splní prodávající svou povinnost dodávky. Prodávající však má, kromě obecných povinností, též za povinnost poskytnout pomoc při obstarávání dokladů, které se vystavují v zemi odeslání anebo v zemi původu, avšak na nebezpečí a útraty kupujícího. Stejně tak celní poplatky a dávky v zemi vývozu hradí sám kupující.*“⁹

Druhá skupiny obsahuje zkratky FCA (Free Carrier – named place, Franco transportista – lugar designado, vyplaceně dopravci – ujednané místo), FAS (Free Alongside Ship – named port of shipment, Franco al costado del buque – puerto de carga convenido, vyplaceně k boku lodi – ujednaný přístav nalodění), FOB (Free On Board – named port of shipment, franco a bordo – puerto de carga convenido, vyplaceně loď – ujednaný přístav nalodění) Tyto zkratky říkají: „*prodávající doručí zboží k přepravci, který je určen*

⁹ Zdroj: <http://business.center.cz/business/pojmy/p1442-EXW.aspx>

kupujícím. V momentě předání zboží, přechází všechna rizika a náklady spojené s přepravou na kupujícího“.¹⁰

Do třetí skupiny patří zkratky CFR (Cost and Freight – named port of destination, Coste y flete – puerto de destino convenido, náklady a přepravné – ujednaný přístav určení), CIF (Cost, Insurance, Freight – named port of destination, Coste, seguro y flete – puerto de destino convenido, náklady, pojištění a přepravné – ujednaný přístav určení), CPT (Carriage Paid – named place of destination, Transporte pagado hasta – lugar de destino convenido, přeprava placena do - ujednané místo určení), CIP (Carriage and Insurance Paid – named place of destination, Transporte y seguro pagado hasta – lugar de destino convenido, přeprava a pojištění placeno do - ujednané místo určení) Tyto klausule znamenají, že prodávající zajistí přepravu, nepřijímá však rizika spojená s nebezpečím ztráty či poškozením zboží. Do poslední čtvrté skupiny patří zkratky DAF (Delivered at Frontier – named place, Entregada en frontera – lugar convenido, s dodáním na hranici – ujednané místo), DES (Delivered Ex Ship – named port of destination, Entregada sobre buque – puerto de destino convenido, s dodáním z lodi – ujednaný přístav určení), DEQ (Delivered Ex Quay – named port of destination, Entregada en muelle – puerto de destino convenido, s dodáním z nábřeží – ujednaný přístav určení), DDU (Delivered Duty Unpaid – named place of destination, Entregada derechos no pagados, s dodáním clo neplaceno – ujednané místo určení), DDP (Delivered Duty Paid – named place of destination, Entregada derechos pagados- lugar de destino convenido, s dodáním clo placeno – ujednané místo určení) tyto zkratky nám říkají, že prodávající nese veškeré náklady a rizika spojená s přepravou zboží.

9.2 Písemnosti při plnění obchodních smluv

9.2.1 Potvrzení o přijetí

Pomocí tohoto dopisu potvrzujeme přijetí objednaného zboží či přijetí objednávky. Je také vhodné použít tento druh písemnosti v případě, že dodávka utrpěla nějaké poškození či chceme zboží odmítnout a vrátit, v dopise pak uvádíme důvody proč. Podobně jako v dopise v příloze č.7.

¹⁰ srovnejte Macíková, O., Mlýnková, L., Obchodní španělština – Español Comercial. 2005, s. 180

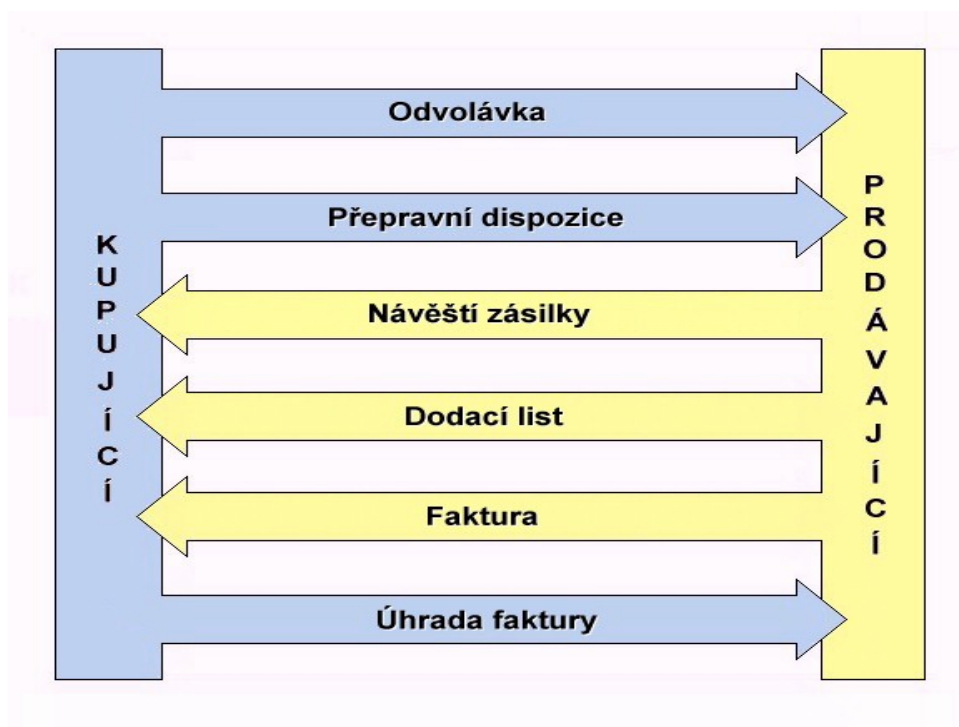
9.2.2 Faktura

Faktura je doklad, který uvádí, kolik má odběratel zaplatit dodavateli za zboží, práci nebo službu, kdy ji má zaplatit a jakým způsobem.

Nemá předepsanou podobu, každý si může vyrobit fakturu podle sebe, podle svých vlastních potřeb. Obvykle obsahují faktury tyto položky: číslo faktury, dodavatel, číslo účtu dodavatele, odběratel, konstantní symbol, příjemce, den vystavení dokladu, den splatnosti, den uskutečnění zdanitelného plnění, forma úhrady, podpis (fakturu v elektronické podobě můžeme potvrdit digitálním podpisem), rozpis DPH dle sazeb.

Příloha č.8

Dalšími písemnostmi při plnění obchodních smluv jsou odvolávka, přepravní dispozice, návěštní zásilky (avízo), dodací list. V těchto písemnostech se nepoužívají žádné zdvořilostní fráze.



zdroj: <http://projekty.sosptu.cz/obk/odvolavka.html>

9.2.3 Odvolávka

Touto písemností se kupující odvolává na objednávku (kupní smlouvu). Stanovuje rozsah a termíny dílčích dodávek a způsob jejich zabalení.

Například:

Odvoláváme se na objednávku č. ... a žádáme o dodání ...

V tomto čtvrtletí máme od Vás obdržet zásilku ...

*Zboží zabalte do dřevěných beden ...*¹¹

9.2.4 Přepravní dispozice

V této písemnosti kupující stanoví způsob přepravy, adresu, kam má zásilka putovat, popřípadě oznámení o dodávka předem.

Jako příklad uvádím způsob vyjadřování v přepravních dispozicích z knihy „Obchodní korespondence pro střední školy“:

*„Dodávky oznamujte faxem nebo telefonicky přímo našim skladům, a to nejpozději den před jejich expedicí. Zásilky vypravte jako obyčejné zboží do cílových stanic našich provozoven podle přiloženého rozdělovníku. Pro zboží si přijedeme jako obvykle přímo do Vašeho skladu nejpozději do tří dnů po obdržení Vašeho avíza. Zboží zabalte jako při poslední dodávce do dřevěných beden a zajistěte proti posunu na podlaze vagonu. Připomínáme, že nedostatečné zabalení minulé zásilky způsobilo značné poškození zboží, takže část byla neprodejná.“*¹²

Odvolávka a přepravní dispozice se velice často spojují do jedné písemnosti (obchodní dopis, formulář)

9.2.5 Návěstní zásilka (avízo)

Touto písemností, prodávající oznamuje kupujícímu, že zboží je připraveno k přepravě.

Tato zpráva má za cíl informovat kupujícího, že zboží je připraveno k odeslání. Avízo obsahuje datum naložení zásilky (datum připravení dodávky k vyzvednutí ve skladě),

způsob a místo dodání a popis zásilky. Například: *Zboží podle Vaší objednávky č. ... je hotovo. Vyzvedněte si ho do týdne v našem skladu v Klatovech, Nádražní 5 Provozní doba*

¹¹ zdroj: <http://projekty.sosptu.cz/obk/odvolavka.html>

¹² Fleischmannová, E., Kuldová, O., Šedý, R., *Obchodní korespondence pro střední školy*, s.38

*je v pracovní dny ... Sdělujeme Vám, že v našem skladu je pro Vás připravena k odvozu dodávka ... Pro zboží si můžete přijet kdykoli po 15. dni tohoto měsíce...*¹³

9.2.6 Dodací list

Je seznam zaslaného zboží včetně jeho množství. Kupující si tak může zkontrolovat správnost dodávky.

9.3 Písemnosti při porušování obchodních smluv

V této kapitole se budeme zbývat písemnostmi, které nám složí jako upomínky, že je něco v nepořádku. Bohužel obchodní styk mezi firmami není vždy bez komplikací. Občas tedy dochází k různému porušování smluv a to jak se strany prodávající tak i ze strany kupujícího.

9.3.1 Pobídka (urgence)

Touto písemností může kupující pobízet neboli urgovat prodávajícího, aby mu odpověděl na jeho poptávku, nebo urgovat, aby mu potvrdil objednávku nebo dodal zboží. Při první pobídce stylizujeme dopis taktně a zdvořile, vyjadřujeme pochopení pro situaci, odvoláváme se na dosavadní dobrou spolupráci. Pokud ani tehdy prodávající neodpoví, následuje druhá pobídka, kde kupující rozhodně ale zdvořile vysloví svoji nespokojenost se situací a může požadovat penále. Pokud se ani po druhé urgenci prodávající neodpoví, má kupující právo na odstoupení od smlouvy.

9.3.2 Odpovědi na pobídky (urgence)

„V zájmu udržení dobrých obchodních vztahů je třeba, aby urgovaná strana odpověděla na pobídku obratem, omluvila se, vysvětlila důvody zdržení, stanovila lhůtu vyřízení a ujistila svého partnera o spolehlivosti při plnění příštích zakázek“ (Fleischmannová, Kuldová, Šedý, 2006:49) Dopis musí být velice pečlivě stylizovaný.

¹³ zdroj: <http://projekty.sosptu.cz/obk/odvolavka.html>

9.3.3 Reklamace (výtky)

V knize „Obchodní korespondence pro střední školu“ se uvádí: Pokud prodávající dodá zboží (provede práci) v rozporu s uzavřenou obchodní smlouvou, má kupující právo na reklamaci nebo výtku. (Fleischmannová, Kuldová, Šedý, 2006:42) Ze strany prodávající ho tedy nebyla dodržena smlouva, pokud jde o jakost, druh, množství, časové prodlení, stav (zboží je poškozeno nebo chybně fakturováno) apod. V reklamaci jasně vyjmenujeme zjištěné nedostatky a co požadujeme: výměnu zboží, opravu, slevu, náhradu škody, anulaci zboží apod. Tón dopisu je energický, věcný, rozhodný ale vždy zdvořilý. V každém případě se snažíme o vzájemnou přátelskou dohodu s prodávajícím. Příloha č.9.

9.3.4 Odpovědi na reklamace (výtky)

Prodávající nejprve zjistí, zda je reklamace oprávněná či ne. Ať je výsledek jakýkoli, na reklamaci odpovíme. V případě, že je reklamace uznána, je na místě omluva a reakce na návrh k řešení. Nicméně se doporučuje reklamaci uznat v každém případě, obzvláště pak jedná-li se o klienta, se kterým máme zájem nadále spolupracovat. Za předpokladu, že se prodávající necítí vinen, vysvětlí, proč nemůže výtku přijmout. Příloha č.10.

9.3.5 Upomínky úhrady faktury

Pokud kupující nesplatí sjednanou cenu ani v den splatnosti faktury, zasílá prodávající první upomínku ke splacení. Dlužníka nejprve upozorníme na nezaplacení. Neunáhlíme se ke zbytečným nezdvořilostem, není jisté, zda nejde o omyl, chybu v evidenci apod. Pokud dlužník fakturu nesplatil ani nepodal vysvětlení, následuje druhá upomínka. Prodávající si už může účtovat penále. Pokud ani druhá výstraha nezapůsobí, nezbyvá nám nic jiného než zaslat poslední upomínku, „*kteřá musí být výslovně označena jako pokus o smír, což je nutné pro případné soudní vymáhání dluhu. V poslední upomínce se uvádí celková pohledávka, skládající se z dlužné částky uvedené na faktuře, z penále a z upomínacích výdajů (poštovného).*“ (Kuldová, Fleischmannová, 2007:115)

Další dění už je záležitostí obchodního soudu.

„Neschopnost zaplatit peníze je jednou z nejnepříjemnějších chyb, jaké může člověk udělat. Ze strany věřitele je vždy chytré snažit se s dlužníkem sympatizovat a nabídnout mu možnost, jak dluh splatit, spíše než mu posílat urážlivé dopisy.“ (Bird, 2004:265)
Příloha č.11.

9.3.6 Odpovědi na upomínky

Může se stát, že se stal omyl a kupující fakturu splatil, uvede proto den platby a číslo bankovního účtu prodávajícího. V případě, že skutečně fakturu neuhradil, je namístě se omluvit, uvést důvody a požádat, zda by nebylo možné splatit fakturu později. V případě, že nesplacená faktura je jen omyl, zapomněli jsme nebo jsme přehlédli datum splatnosti, oznámíme, že ihned zaplatíme. *„Leo Burnett, jednou poznamenal:*

„Chceme-li se naučit žít a pracovat s lidmi, nejdůležitější věcí je podle mě jednoduchá skutečnost, že nikdo nedělá chyby schválně.“

Toto vědomí by nám mělo umožnit soustředit se na opravu chyby, spíše než na to, abychom udělali ze života peklo člověku, jenž tuto chybu udělal. Jestliže je to ten správný typ člověka, nic co mu řeknete nebo uděláte, jej nepřinutí cítit se hůř než už se sám cítí.“
(Bird, 2004:265)

9.4 Jiné druhy písemností

Obchodní korespondence s bankami

Obchodníci a podnikatelé používají tento druh korespondence, pokud žádají půjčku, otevření kreditu, nařízení převodu atd. Všechny tyto služby provádějí banky pomocí formulářů nebo dopisu. Aby nedošlo k pochybení, protože se operuje s penězi, částky jsou vždy psána pomocí čísel a pak i vypsány slovy.

9.4.1 Osobní dopisy

Nejsou to obchodní dopisy v pravém slova smyslu, *píší je ředitelé a majitelé firem, starostové a předsedové úřadů, předsedové představenstev obchodních společností či družstev a jiní vedoucí pracovníci ve vysokých funkcích buď svým zaměstnancům, nebo partnerům, kolegům v jiných firmách a společnostech.* (Fleischmannová, Kuldová, Šedý, 2006:84)

Těmito dopisy vyjadřujeme blahopřání, poděkování, pozvání, soustrast.

Tón dopisu není tak korektní spíše přirozený, jednoduchý, prostý, osobitý, hovorový, ale vzdělaný bez přehnaných frází. Z dopisu by mělo být jasné, že si ho vedoucí pracovník váží. Dejme si záležet na kvalitě a barvě papíru. Za vhodný je považován ruční papír, opakem je tenký průklepový papír, nevkusné je použít všechny ostře barevné papíry. Je moudré nechat si s podobou záhlaví poradit od výtvarníků, grafiků, tiskařů. Dopis může být psán ručně pokud je vztah mezi adresátem a odesílatelem soukromý. Příklady uvádím z knihy „Obchodní španělština – Español Comercial“¹⁴:

BLAHOPŘÁNÍ: Reciba nuestra más sincera felicitación con ocasión de ...

Prijměte naše upřímné blahopřání u příležitosti ...

PODĚKOVÁNÍ: ... (nombre) aprovecha esta oportunidad testimoniarle su consideración y afecto.

... (jméno) využívá této příležitosti, aby Vám vyjádřil úctu.

POZVÁNÍ: ... (nombre) tiene el honor de invitar a ... a... con motivo de ...

... (jméno) má čest pozvat ... na ... u příležitosti ...

SOUSTRAST: Nos ha conmovido profundamente la noticia sobre la muerte...

Velice nás zasáhla zpráva o smrti...

9.4.2 Žádost

Žadostí je celá řada, v některých případech se nejedná přímo o dopis, ale o formulář, který žadatel pouze vyplní. Tyto dokumenty nalezneme ve různých sférách, například ve sféře soudní to může být žádost o rozvod, v bankovní sféře například žádost o půjčku apod. Žádost se může týkat informací o novém zaměstnanci na základě referencí uvedených v životopise.

Zvláště důležitá je žádost o místo, bude to nejdůležitější obchodní dopis, který kdy napíšeme. Stylizaci tohoto dopisu se věnujeme co nejvíce. Častou chybou u těchto dopisů je, že jsou psány z pohledu píšícího, který si myslí, že všechny zajímá právě on. Jistě bychom zaznamenali mnohem větší úspěch kdybychom dopis psali tak, aby prospěl čtenáři nikoli pisateli. Svého budoucího zaměstnavatele zaujmeme více jestliže se

¹⁴ Macíková, O., Mlýnková, L., Obchodní španělština – Español Comercial. 2005. s.255-257.

zmíníme jakoukoliv věc, na které se jeho firma nebo on podílel osobně. Je dobré mluvit o zájmech firmy nikoli o svých vlastních. Poté popíšeme své vlastnosti a schopnosti, ale opět ve vztahu k firmě, čím bychom byli přínosem. Doporučuje se také přiložit nestranný důkaz, referenci, že vše, co o sobě zmiňujete je pravda. A co je hlavní, ukázat, že pro tuto firmu opravdu chcete pracovat.

Příloha č.12.

10 Zkratky

Mají za úkol sdělit informaci v co nejmenším prostoru a zrychlit psaní. Některá slova nebo slovní spojení se v psaných projevech velice často zkracují. V cizojazyčných textech se vyskytují zkratky, které nejsou v českém jazyce rozšířeny. Takové zkratky se do textu nepřidávají, mohlo by to komplikovat porozumění textu. „*Zkratky lze nahrazovat odpovídající českou variantou jen tehdy, je-li obecně používána nebo byla-li některým aktem výslovně zavedena.*“¹⁵ Jsou to převážně názvy institucí a organizací.

V obchodních smlouvách, pracovních smlouvách, legislativních textech apod. se setkáme s krácením víceslovného názvu jedním nebo dvěma slovy. Jsou to tzv. legislativní značky. Například zde je zkrácen název „příslušné orgány tohoto členského státu“ na „žadatel“: *Článek 3 první pododstavec písm. b) této směrnice stanoví, že pokud je v hostitelském členském státě přístup k regulovanému povolání a jeho výkon podmíněn držením diplomu, nesmějí příslušné orgány tohoto členského státu z důvodů neodpovídající kvalifikace odmítnout povolit státnímu příslušníku členského státu (dále jen „žadatel“) přístup k uvedenému povolání a jeho výkon za stejných podmínek, které se vztahují na jeho vlastní státní příslušníky, jestliže žadatel jednak vykonával dotyčné povolání na plnou pracovní dobu po dobu dvou let během předchozích deseti let v jiném členském státě, ve kterém toto povolání není regulováno, a jednak má doklad o dosažené kvalifikaci odpovídající určitým kritériím.*¹⁶

Nejobvyklejší způsob krácení slov v českém jazyce je začátkem slova, například zvl. (zvláště), začátkem a koncem slova, například pí (paní). Pokud zkracujeme slovo uprostřed dvou slov je za ním tečka Např.: Týn n. Vlt. Seznam českých zkratek viz příloha č.13.

¹⁵ <http://publications.europa.eu/code/cs/cs-4100700.htm>

¹⁶ zdroj: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62006J0197:CS:HTML>

Španělská královská akademie (RAE)¹⁷ vydává seznam zkratk, které se časem přestávají používat a nebo vzniknou nové. Seznam španělských zkratk viz příloha č.14.

¹⁷ Španělská královská akademie byla založena v roce 1713 Juanem Manuelem Fernándezem Pachecem, markýzem z Villeny. Jeho záměrem bylo „uchovat podobu, eleganci a čistotu kastilských výrazů a slov.“ Srovnej: <http://www.rae.es>

Závěr

Cílem mé práce bylo přesně určit zásady pro psaní obchodních dopisů v českém i španělském jazyce. Pak na základě získaného materiálu porovnat jazykové prostředky typické pro různé typy dopisů, popřípadě vytvořit dvojjazyčný slovník nejčastěji používaných výrazů.

Na počátku mé práce jsem nepřičítala obchodní korespondenci až takový význam, co se týče důležitosti ve světě obchodu a podnikání. Po prostudování materiálů a literatury, jsem však zjistila jak velkou může mít obchodní dopis moc. Může být prvním kontaktem mezi námi a tím s kým chceme obchodovat. A první dojem je někdy opravdu nejdůležitější.

Sama se nepovažuji za odborníka přes obchodní korespondenci. Proto se v jednotlivých částech této práce snažím čtenáři problematiku pouze přiblížit, určitě neexistuje jeden jediný recept na dobrý obchodní dopis, jednu věc si však pamatovat musíme psát dopis tak, aby prospěli čtenáři nikoli pisateli.

Na závěr tedy s potěšením mohu konstatovat, že cíl bakalářské práce byl splněn. Poskytla jsem stručný přehled, který by mohl vést k úspěšnému napsání dopisu. Následně jsem na základě vlastních poznatků a prostudované literatury analyzovala strukturu dopisu a uvedla charakteristiku jednotlivých dopisů a výrazy pro ně typické.

Možná budu troufalá, když si myslím, že tato bakalářská práce může být dobrou pomůckou pro studenty zabývajících se teorií a psaní česko-španělské korespondence. Přikládám seznam literatury, o který se opírá tato bakalářská práce, aby tak daný úsudek mohl být dále rozšiřován.

Resumé:

El sujeto principal de este trabajo es establecer los principios básicos para escribir las cartas comerciales en las lenguas checa y española, comparar los medios lingüísticos para distintos tipos de cartas comerciales e interpretar las nociones comprobadas. Antes de empezar a interesarme por el tema y escribir este trabajo, pensaba que la carta comercial era algo muy corriente y fácil de escribir, pero al final me di cuenta de su importancia para mantener contactos entre las empresas..

Con el desarrollo del comercio internacional en el mundo aumenta también la exigencia al contacto escrito. Por lo tanto, la correspondencia comercial es una de las fuentes que pueden contribuir al éxito de la empresa. Es la primera señal de la compañía, demuestra la cualificación y educación de sus empleados. Es la evidencia de cómo la compañía aprecia a sus socios comerciales. El fin principal de la carta comercial es mantener la comunicación en el mundo comercial. La carta representa una forma personal de contacto. Su mayor ventaja consiste en que el que la escribe tiene bastante tiempo para elaborar y precisar claramente el tema.

La estructura de la carta comercial es muy importante porque si mantenemos la forma establecida, facilitamos la lectura y la comprensión del texto. Cada carta, tanto en español como en checo, consta generalmente de tres partes: el encabezamiento, el contenido propio y la despedida.

La más interesante y más importante es la segunda parte. Está introducida por el tratamiento, después sigue el texto propio de la carta. Al escribir la carta comercial es necesario mantener algunas reglas concretas. La carta debe respetar estas características: claridad, precisión, concisión, corrección y cortesía. También su cara exterior es importante: los párrafos deben ser cortos, hay que mantener la exposición y el enlace entre ellos.

Para escribir bien una carta comercial podemos servirnos de un conjunto de locuciones fijas que se usan en situaciones parecidas.. Estas locuciones son típicas generalmente para las cartas comerciales españolas.

La última parte consta de despedida, firma, anexos, copias, posdatos etc.

En lo que se refiere al estilo y al vocabulario típico podemos decir que la lengua española es más emotiva que la lengua checa. Esto puede representar un problema en el momento de traducir las cartas españolas a la lengua checa. Muchas veces a una expresión o locución fija en checo le corresponden dos o más expresiones españolas. Es mejor evitar la traducción literal y buscar las estructuras correspondientes.

En el trabajo describo también otros medios que se usan para transmitir la correspondencia (internet, telefax). Otro capítulo está dedicado a distintos tipos de cartas comerciales que utilizamos para concertar un contrato (demanda, oferta, pedido), para realizarlo (carta de acuse o de recibo; facturación, instrucciones y avisos concernientes al despacho, remisión, carta de entrega etc.) y a las cartas que se escriben si una de las partes no cumple las condiciones acordadas (invitación al pago, las respuesta a las invitaciones al pago, reclamación, respuestas a las reclamaciones, el pago pendiente) y otras cartas (correspondencia bancaria, las cartas sociales, solicitud). Unos ejemplos de estas cartas están incluidos en los anexos. En la última parte del trabajo me dedico a las abreviaturas que aceleran la comunicación.

Pienso que he cumplido los objetivos principales del trabajo y que los conocimientos ganados durante su elaboración pueden ser útiles para los estudiantes del español y otras personas interesadas en la correspondencia comercial española y checa.

El trabajo fue escrito con ayuda de las notas de los cursos a los que he asistido en la Universidad del Sur de Bohemia, literatura especializada citada en la bibliografía y las cartas comerciales concretas.

Seznam použité literatury:

- 1) DRAYTON BIRD, : 2004, *Jak psát obchodní dopisy s nabídkou*, Computer Press Brno
- 2) KULDOVÁ OLGA, FLEISCHMANNOVÁ EMÍLIE, : 2007, *Jak psát obchodní dopisy a jiné písemnosti*, nakladatelství Fortuna Praha
- 3) FLEISCHMANNOVÁ EMÍLIE, KULDOVÁ OLGA, ŠEDÝ RAJMUND, : 2006, *Obchodní korespondence pro střední školy*, nakladatelství Fortuna Praha
- 4) Dr. ZÁVADA DUŠAN, DYNDÁ ANTONÍN, : 1980, *Stavebnicová obchodní korespondence, česko-španělská*, Státní pedagogické nakladatelství Praha
- 5) MACÍKOVÁ OLGA, MLÝNKOVÁ LUDMILA, 2005, : *Obchodní španělština – Española Comercial*, CP Books, a.s.
- 6) DYNDÁ ANTONÍN, DYNDOVÁ EVA, : 1995, *Česko – španělská obchodní korespondence*, Nakladatelství Pragoeduca
- 7) AGUIRRE BELTRÁN, B.: 1996, *El español por profesiones: Comercio exterior*. Madrid, SGEL
- 8) Phdr. JANA THURNEROVÁ, Phdr. JITKA VRBOVÁ, Ing. KAROL BABOR, CSc., STANISLAV ČAPEK, Ing. ZDENĚK HNILICA A KOL., : 1991, *Obchodní korespondence : jazyková verze: česká, slovenská, německá, anglická, francouzská, italská, ruská*, nakladatelství STRIX
- 9) KORNÉLIA MACHOVÁ, : 2008, *Obchodní korespondence ve španělštině*, Computer Press Brno
- 10) HRUBÁ HANA, KRÁLOVÁ JANA, KRBCOVÁ MILADA, CHACÓN GIL PABLO, 2003, *¿FIESTA!3 –španělština pro střední a jazykové školy*. Učebnice s doložkou MŠMT pro výuku španělského jazyka na středních školách, Plzeň, Fraus

Internetové zdroje:

- 1) www.sirava.cz
- 2) www.asistentka.cz
- 3) www.blisty.cz
- 4) <http://publications.europa.eu/> Úřad pro úřední tisky Evropských společenství
- 5) <http://eurlex.europa.eu>
- 6) <http://buscon.rae.es>
- 7) <http://www.rae.es-oficiální stránky Španělské královské akademie>
- 8) <http://projekty.sosptu.cz>
- 9) www.hyl.cz
- 10) <http://www.dgx.cz/tools/fonts/>
- 11) <http://business.center.cz/>
- 12) <http://www.euroekonom.cz/podnikani/faktura.png>

Přílohy:

Příloha č.1, DYNDÁ ANTONÍN, DYNDOVÁ EVA,: 1995, *Česko – španělská obchodní korespondence*, Nakladatelství Pragoeduca, s.27

CERTIFICADO

Sres.
Hnos. Klein
32 Tower Street
Londres
Reino Unido
WA 2LJ

Su escrito	Su referencia	Nuestra referencia	Praga, 6 de octubre de 1999
------------	---------------	--------------------	--------------------------------

Su suministro del 20 de septiembre

Estimados señores:

Durante el primer control de sus documentos hemos averiguado que su especificación no corresponde a su factura en cuanto a la cantidad total de los respectivos productos.

Nuestro almacén acepta los suministros sólo según la especificación de cada uno de los bultos, puesto que éstos vienen redistribuidos seguidamente a varios puntos de venta. Por este motivo hemos suspendido toda la operación, pendientes de su explicación y documentos corregidos.

Naturalmente, nos reservamos el derecho a pedir una indemnización por cualquier pérdida o coste sufridos. Sírvanse esclarecer el asunto a vuelta de correo.

Atentamente,

J. Válek
Gerente

Příloha č.3, zdroj: FLEISCHMANNOVÁ EMÍLIE, KULDOVÁ OLGA, ŠEDÝ RAJMUND, :
2006, *Obchodní korespondence pro střední školy*, nakladatelství Fortuna Praha, s.26

GALEA, výrobní družstvo
Kopečná 3, 692 01 MIKULOV

Dř/491/0.

TIBA, a. s.
ředitel závodu 06
Tovární 12
266 01 BEROUN

Mikulov 6. ledna 20..

Dotaz na tkaniny

Vážený pane řediteli,

od našich obchodních partnerů jsme se dověděli, že vyrábíte nové druhy silonových tkanin. Zájem o naše nákupní tašky se zvyšuje, a proto chceme rozšířit jejich sortiment. Žádáme Vás o sdělení, jaké alespoň orientační množství těchto tkanin byste nám mohli dodávat.

Abychom se mohli pro objednávku rozhodnout co nejdříve, žádáme Vás o stanovení výhodných cen a o zaslání vzorků tkanin.

Očekáváme Vaši brzkou nabídku, která se může stát základem naší dlouhodobější oboustranně prospěšné spolupráce.

S pozdravem

(vlastnoruční podpis)

Ing. Tomáš Dřimal
obchodní náměstek

Bankovní spojení:
KB, Brno
č. ú. 282810-042/0100

Sídlo: Mikulov
IČ: 11337733
DIČ: CZ11337733

Zápis v obchodním rejstříku
u Kraj. soudu v Brně
oddíl B, vložka 3718

Tel.: 541 233 655
info@centroflor.cz
www.centroflor.cz



CRAG HERMON
MANAGEMENT DIRECTOR



George V Place 4 Thames Avenue Windsor Berkshire SL4 3E

*"Nic nekupujte, dokud nám nezavoláte.
Dozvíte se, jak ušetřit 800,-... 1.600,- ...
2 000 Kč při vašem dalším nákupu"*

Vážené dámy, vážení pánové,

abychom vám představili naši HORKOU LINKU DISKONT - důležitou službu šetřící vaše peníze - zveme vás, abyste si naši novou nákupní službu vyzkoušeli ZDARMA po dobu celých tří měsíců.

Nanásledující tři měsíce získáte okamžitý přístup k nejnižším cenám v zemi u 19 000 položek a produktů špičkových výrobců.

JAK UŠETŘIT PRAKTICKY NA VŠEM.
CO POTŘEBUJETE A PO ČEM TOUŽÍTE

Co vy nebo vaše rodina potřebujete právě teď? Novou pračku nebo sušičku? Zahradní sekačku? Nábytek? Nový vařič nebo troubu? Sportovní vybavení? Nebo novou televizi, video či počítač?

Podívejte se do novin, zkuste to v obchodech, dokonce i ve slevách, a rozhodněte se, který model vás nejvíc zajímá - a **PŘEČTĚTE SI TAKÉ BROŽURU O PRODUKTECH** a zapište si její číslo.

POTOM ZVEDNĚTE TELEFON...

A PŘESVĚDČETE SE, ZDA VÁM DOKÁŽEME NABÍDNOUT LEPŠÍ CENU!

Odpoví vám jeden z našich zkušených a přátelských prodejních poradců, kteří jsou speciálně vyškoleni k tomu, aby pro vás našli nejvýhodnější nákup.

Řekněte jim, jakou značku a model si přejete a oni pro vás zkontrolují cenu na seznamu více než 19 000 výrobků - s nejnižší dostupnou cenou.

Porovnejte si naši cenu s cenami, které jste našli jinde a prakticky bez výjimky vám můžu slíbit....

GENERAL ÓPTICA

Sucursales en toda España

**¡POR FIN!
CLARA VISIÓN EN TODO MOMENTO**

Estimados clientes:

Nos dirigimos a Ustedes, portadores de gafas, para informarles sobre un nuevo producto revolucionario:

PAÑUELOS ANTIVAHO

¡Con una sola pasada, basta!

Los pañuelos son de un material nuevo que han desarrollado nuestros investigadores de laboratorio. El efecto es prolongado, hasta la próxima limpieza de los cristales.

Antes de salir de casa, den una pasada a sus gafas con nuestro pañuelo milagroso y ya nunca les sobrecogerá el sentimiento de impotencia de la repentina pérdida de visión.

VERÁ QUE SIEMPRE VERÁ

Si desean más información sobre el producto, diríjense a nuestra línea de Atención al Cliente 900 891 900.

Estimadas señoras y señores:

✉ **183**

Incluimos, sin compromiso alguno, nuestro pedido preliminar (nº. ...).

Tengan a bien examinar sus posibilidades de entrega y devolvernos una copia, añadiendo, en caso de que lo consideren necesario, los datos faltantes. Después de analizar su comentario, les enviaremos nuestro pedido definitivo.

Atentamente,

Anexos

BLANCO SUR, S. A.
c/ General Paz, 146
Teléfono: (541) 244 53 99
1834 Temperly (Buenos Aires)
Argentina

Telefax: (541) 244 53 00

Temperly al 25 de febrero de

POR TELEFAX

ELDOSA, S. A.
Dpto. Comercial
Apdo. 180

E-28003 Madrid
ESPAÑA

a la atención de Sr. D. Vicente Solares

s/ref. EXP/602 s/escrito 31.01. n/ref. IMP/208 n/escrito 02.01

Asunto: Reclamación

Muy Sr. nuestro:

Acusamos recibo de las cincuenta máquinas «lavoye» que llegaron a nuestro almacén hace dos días.

Lamentamos comunicarles que detectamos en dos lavadoras daños en los paneles de mando. Haría falta renovar los dos paneles antes de que salgan a la venta, por lo cual rogamos nos envíen las piezas de reemplazo en los próximos días por flete aéreo.

Rogamos traten la cuestión con carácter urgente, ya que debemos cumplir un plazo de entrega con nuestros clientes.

Estamos convencidos de que los daños se deben al embalaje deficiente de las máquinas en cuyo caso no los cubre el seguro de transporte. Esperamos que se trate de un hecho aislado.

En espera de sus prontas noticias les saludamos.

Muy atentamente,

BLANCO SUR, S. A.

p.p.

Enrique Martínez Gómez
Director de Importación

EMG/jc

anexos
2 fotos de las máquinas dañadas

Příloha č. 8, zdroj: <http://www.euroekonom.cz/podnikani/faktura.png>

Faktura		číslo: 20060001
Dodavatel: Vaše jméno Ulice č.p. Město, PSČ IČ: xxx xxx xxx neplátce DPH Podnikatel zapsán v živ. rejstříku MÚ Mladá Boleslav		Odběratel: AHOJ a.s. Ulice č.p. Město, PSČ IČ: xxx xxx xxx, DIČ: CZ xxx xxx xxx
Platební podmínky: Forma úhrady: Převodem Bankovní spojení: Česká spořitelna Číslo účtu: 0800/xxxxx xxxx Variabilní symbol: 20060001		Datum vystavení: 5.3.2006 Datum zdanění plnění: 28.2.2006 Splatnost: 20.3.2006
Fakturujeme vám: Napsat co fakturujeme		cena: 1 000,00 Kč
		Celkem k úhradě: 1 000,00 Kč
Vytváje: Jméno Tel: +420 xxx xxx xxx Email:		Podpis Razítko (není povinné)

Příloha č.9, zdroj: FLEISCHMANNOVÁ EMÍLIE, KULDOVÁ OLGA, ŠEDÝ RAJMUND, :
2006, *Obchodní korespondence pro střední školy*, nakladatelství Fortuna Praha, s.46

STAVIKA, spol. s r. o.
Stejskalova 16, 674 01 TŘEBÍČ

VÁŠ DOPIS ZN.:
ZE DNE:
NAŠE ZN.: KP/087/0.
VYŘIZUJE: Čermáková
TEL.: 563 281 323
FAX: 563 281 341
E-MAIL: cermak@stavika.cz
DATUM: 25.03.20..

Doporučeně

PKZ, a. s.
obchodní oddělení
Hraniční 12
398 01 HUMPOLEC

Reklamace kameninových rour

Vážení obchodní partneři,

až do nedávna jsme neměli sebemenší důvod stěžovat si na kvalitu práce Vašeho expedičního oddělení. Avšak minulá zásilka zboží nás nemile překvapila. Zboží nebylo dostatečně zajištěno dřevitou vlnou a v důsledku toho bylo

36 kameninových rour o průměru 180 mm a délce 1 m

tak silně poškozeno, že je nelze vůbec upotřebit. Škodní událost dokládáme protokolem o vadách a komerčním zápisem ČD. Rozbité roury jsme uložili odděleně od ostatních, aby se Váš zástupce mohl na místě přesvědčit o rozsahu škody.

Žádáme, abyste dodatečně zaslali náhradní roury. Věříme, že příští dodávky budou už opět pečlivě zabezpečeny proti poškození.

S pozdravem

(vlastnoruční podpis)

Ivan Vít
vedoucí zásobování

Přílohy

Protokol o vadách čís. 68/0.
Komerční zápis ČD čís. 35/0.

Bankovní spojení, sídlo společnosti, IČ, DIČ, zápis v obchodním rejstříku, telefon, ústřední fax, e-mail, internet



Ref. M6

010192151 1

Madrid, 5 de octubre de 2004

Estimado Sr. López:

Nos ponemos en contacto con usted en contestación a su reclamación referente al deterioro de la prenda que usted había depositado para su limpieza en nuestro establecimiento 5 à Sec

En primer lugar queremos comunicarle que lamentamos enormemente lo ocurrido y las molestias que hayamos podido originarle. La razón de ser de 5 à Sec es lograr la satisfacción de nuestro cliente. Lamentamos que en esta ocasión nuestro esfuerzo diario no se haya visto reflejado en el servicio que Usted había solicitado.

En compensación, y en concepto de indemnización, adjuntamos un talón por **importe de 44 euros**.

Le reiteramos una vez más nuestras disculpas, y le aseguramos que pondremos todos los medios a nuestro alcance para que esto no vuelva a ocurrir y esperamos que siga confiando en nosotros en lo sucesivo.

Atentamente,

Fdo: M^a Luz Rios
Responsable de Zona

Energetika Brno

Vážený pane Tesaři

upozorňuji vás na dlužnou částku 3 700 Kč.

Jestliže jste částku uhradil v posledních několika dnech, prosím, ignorujte tento dopis a přijměte naše díky.

Jestliže jste částku neuhradil, měl byste:

1. Uhradit částku okamžitě v plné výši.
2. Nebo si nechat nainstalovat šetřící elektroměr, jenž vám umožní postupně splatit dlužnou částku a kontrolovat další spotřebu.
3. Nebo uhradit dlužnou částku formou týdenních splátek. Okamžitě uhradit sumu 1.700 Kč a zbytek uhradit v 5 týdenních splátkách po 400 Kč.
4. Nebo uhradit dlužnou částku a účet za další 3 měsíce formou týdenních splátek ve výši 300 Kč, počínaje 10. prosincem 1993.
5. Nebo jestliže máte se splacením problému, obraťte se, prosím, na nás osobně.

Dejte nám, prosím, vědět, jakou formou hodláte dlužnou částku uhradit, jinak vám bude po 20. prosinci nainstalován šetřící elektroměr.

Nicméně, jestliže z jakéhokoli důvodu nebudeme schopni elektroměr nainstalovat, máme právo vám dodávku elektrického proudu přerušit, což bude obnášet další náklady.

Jestliže máte k obsahu tohoto dopisu jakékoli otázky, prosím, obraťte se na nás co nejdříve. Jestliže vám nebudeme schopni vyhovět, můžete se obrátit na Regulační úřad.

S pozdravem
Jindřich Doležal

vedoucí oddělení pohledávek

Martin Lutter
Anglická 145
110 00 Praha 1
República Checa

IBEROTOUR, S. A.
c/ Craywinckel, 13
08022 Barcelona

Praga, 20 de mayo de 2004

Asunto: Solicitud de empleo

A la atención del Jefe de Recursos Humanos

Estimados señores:

A través de medios de comunicación he tenido conocimiento de que están ampliando sus actividades y preparan la apertura de su filial en la República Checa.

Mi interés en trabajar en una empresa española, así como de hacerlo en una firma de prestigio como la suya, me ha determinado a dirigirme a ustedes con el fin de ofrecerles mis servicios.

Soy licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Economía de Praga y he adquirido mis conocimientos del español y de España tanto en los cursos de nivel elevado en nuestra Universidad como durante mi estancia de estudios en la Universidad de Granada. Además, tengo profundos conocimientos y una experiencia bastante larga en el área de la informática porque ya durante los estudios trabajé como analista de sistemas. Actualmente, sigo con esta actividad a tiempo parcial.

Por lo expuesto, me permito remitirles mi currículum con la seguridad de que lo leerán y de ser de su interés se pondrán en contacto conmigo para concertar una entrevista personal.

Gracias anticipadas por su interés.

Atentamente,

Martin Lutter

Anexo: currículum vitae y fotografía reciente

Příloha č.13, Zkratky používané v českém jazyce, zdroj: KULDOVÁ OLGA,
FLEISCHMANNOVÁ EMÍLIE, : 2007, *Jak psát obchodní dopisy a jiné písemnosti*, nakladatelství
Fortuna Praha, s.20

ad.	a další
aj.	a jiné
amj.	a mnohé jiné
apod., apod.	a podobně
a.s.	akciová společnost
atd.	a tak dále
atp., atpod.	a tak podobně
br.	bratr
bto	brutto
ca, cca	circa
č.	český
č., čís.	číslo
čj., č.j.	číslo jednací
čp., č.p.	číslo popisné
dto, dtto	detto
ev., event.	eventuálně
fa	firma
fy	firmy
fě	firmě
fu	firmu
fou	firmou
jun.	junior
ks	kus
kupř.	kupříkladu
mj.	mimo jiné
ml.	mladší
m.m.	minulého měsíce
m.r.	minulého roku
např.	například
p.	pan, pánové
P.F.	pour féliciter – pro štěstí
pí.	paní
pod.	podobně
pozn.	poznámka
popř.	popřípadě

P.S.	post scriptum
r.	rok
resp.	respektive
roč.	ročník
s.	sestra, stránka
sen.	senior
sl.	slečna
st.	starší
str.	stránka
s.r.o., spol.s.r.o.	společnost s ručením omezeným
tj.	to je
tm.	toho měsíce
t.r.	toho roku
tzn.	to znamená
tzv.	tak zvaný
v.	viz
v.r.	vlastní rukou
zač.	začátek
zák.	zákon
zvl.	zvláště

Příloha č.14, zdroj: MACÍKOVÁ OLGA, MLÝNKOVÁ LUDMILA, 2005,: *Obchodní španělština – Español Comercial*, CP Books, a.s. s.277;
 AGUIRRE BELTRÁN, B.: 1996, *El español por profesiones: Comercio exterior*. Madrid, SGEL,
<http://buscon.rae.es/dpdl/apendices/apendice2.html>

a	arroba (@)
(a)	alteza
A/A	alías
Abg., Abg. ^{do} , Abg. ^{da}	a la atención
a/c	abogado, abogada
accept.	a cuenta
Admón	aceptación
a/f	administración
Apdo., aptdo.	a favor
Art., Art. ^o	apartado (Correos)
atte.	artículo
atta.	atentamente
atto.	atenta
av., avd., avda.	atento
a.a. v.v., A.A. V.V.	avenida
	autores varios
Bco., B.	banco
B.O.E	Boletín Oficial de Estado
C.V , H.P.	Caballos de Vapor
c., c/, cl.	calle
co.	cambio
cap., cap. ^o	capítulo
cgo., c.	cargo
c.	carta
c/o	carta orden
cg.	centigramo
cl.	centilitro
cm.	centímetro
Cert.	certificado
Cdad.	ciudad
Cód.	código
Com.	comisión
Cía., C. ^{ía} , Comp. ^a , c. ^a	compañía
CIF	código de identificación fiscal
cje.	corretaje
Ctra., crta.	carretera
Cta.	cuenta
Cta. cte., c/c	cuenta corriente
ch/.	cheque
D.	Don
D. ^a .	Doña

Dg.	decagramo
Dl.	decalitro
Dm.	decámetro
dm.	decímetro
depto., dpto.	departamento
dcha.	derecha
dcho.	derecho
dto.	descuento
d/.	día(s)
d/f	días fecha
d/v.	días vista
D.m.	dios mediante
DNI	documento nacional de identidad
Dtor.	director
Dr.	doctor
Dra., Dr. ^a	doctora
doc.	documento
dupdo., dupl.	duplicado
Ed.	edición, editor, editorial
efvo.	efectivo
E/, ef.	efecto(s)
E/pag.	efecto a pagar
E/cob.	efecto a cobrar
E/neg.	efecto a negociar
ej.	ejemplo
E.P.M.	en propia mano
entlo.	entresuelo
e/.	envío
E.	este (punto cardinal)
etc.	etcétera
Exma., Excma	Excelentísima
Exmo., Excmo.	Excelentísimo
ext.	exterior
fáb., fca.	fábrica
Fdo.	firmado
fra.	factura
fcha.	fecha
f/f.	fecha factura
F. C., FF. CC.	ferrocarriles
f. ^o , fol.	folio
fr.	franco
gts.	gastos
gral.	general
g/.	giro
G.P., g/p.	giro postal
G.T., g/t.	giro telegráfico
g., grs.	gramo(s)

Ha.	hectárea
Hg.	hectogramo
Hl.	hectolitro
Hm.	hectómetro
Hnos.	hermanos
ib., ibíd	ibídem
íd.	ídem
Ilmo.	Ilustrísimo
Impte.	importe
Impto.	impuesto
Ing.	ingeniero
Ing ^a	ingeniera
I.V.A.	Impuesto sobre el Valor Añadido
izdo., izq., izqdo.	izquierdo
Juzg. ^o .	juzgado
Kg.	kilogramo
Km.	kilómetro
Km. ² .	kilómetro cuadrado
Km./h., km./h.	kilómetro por hora
L/.	letra de cambio
£.	libra esterlina
Ldo., Lic., Licdo.	Licenciado
Lda., Lic., Licda	Licenciada
Ltd., Ltda.	limitada
L.	liras
Máx.	máximo
m/.	meses
m/v.	meses vista
m.	metro
mts.	metros
m. ² .	metro cuadrado
m. ³ .	metro cúbico
m/c.	mi cuenta
m/ch.	mi cheque
m/fra.	mi factura
m/f.	mi favor
mg.	miligramo
m/L.	mi letra
ml.	mililitro
mm.	milimetro
mín.	mínimo
m.	minuto
Mod.	modelo

Nom.	nominal
N.	norte
NE.	nordeste
NO.	noroeste
n/.	nuestro/a
N.B.	nota bene
n/cta.	nuestra cuenta
n/fra.	nuestra factura
n/L.	nuestra letra
n/o.	nuestra orden
n/r.	nuestra remesa
n/ref.	nuestra referencia
n/cgo.	nuestro cargo
n/ch.	nuestro cheque
n/g.	nuestro giro
n/p.	nuestro pagaré
Núm., n. ^o .	número
O/.	orden
O.M.	orden ministerial
p/.	pagaré
pdo.	pasado
p., pg., pág.	página
pp., págs.	páginas
p. ^o .	paseo
pta., ptas., pts.	pesetas
P.N.	peso neto
Pl., Pza.	plaza
P. admón.	por administración
P.A., p.a.	por ausencia
%	por ciento
p/cta.	por cuenta
p. ej., p. ej.	por ejemplo
p.o., P.O., p/o.	por orden
P.P.	por poder
p.p.	porte pagado
P.D., P.S.	posdata, Post scriptum
P.V.P.	precio de venta al público
prov.	provincia
ppdo.	próximo pasado
Ref., Rf. ^a .	referencia
Rte.	remitente
r.p.m.	revoluciones por minuto
sdo.	saldo
s.b.f.	salvo buen fin

s.e.u.o.	salvo error u omisión
s/.	según
s.s.	seguro servidor
Sr.	señor
Sra.	señora
Sres., Srs.	señores
Srta.	señorita
ss., sigs.	siguientes
s. f., s/f	sin fecha
S.G.	sin gastos
s/n.	sin número
Sdad.	sociedad
S.A.	sociedad anónima
S.C.	sociedad en Comandita
S.R.C.	sociedad Regular Colectiva
S.L.	sociedad Limitada
s/cgo.	su cargo
s/c.	su casa, su cuenta
S.E.	su Excelencia
s/fra.	su factura
s/fv.	su favor
s/g.	su giro
s/ch.	su cheque
s/L.	su letra
S.M.	su Majestad
s/o.	su Orden
s/p.	su pagaré
s/r.	su remesa
s/ref.	su referencia
s.s.s.	su seguro servidor
SE.	sudeste
SO.	sudoste
t/.	talón
T.	tara
Tel., Teléf., tfno.	teléfono
Tít.	título
t.	tomo
Tm.	tonelada métrica
Ud., Vd.	usted
Uds., Vds.	ustedes
últ.	último
V.	valor
V/cta.	valor en cuenta
V/r.	valor recibido
v.	veáse
vto.	vencimiento
v.g., v.gr.	verbigracia

V.º B.º.
Vda.
Vdo.
vol.
V.I.
V.E.
V.M.

visto bueno
viuda
viudo
volumen
Vuestra Ilustrísima
Vuestra Excelencia
Vuestra Majestad