

Е. В. Антонюк, Е. В. Карпина

HABLEMOS DE NEGOCIOS (NIVEL AVANZADO)

**ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ
(УРОВЕНЬ C1)**

УЧЕБНИК ДЛЯ БАКАЛАВРОВ

*Допущено Учебно-методическим отделом высшего образования
в качестве учебника для студентов высших учебных заведений,
обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям*

**Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru**

Москва ■ Юрайт ■ 2014

Авторы:

Антонюк Елена Викторовна — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков факультета мировой экономики и мировой политики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»;

Карпина Елена Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков факультета мировой экономики и мировой политики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Рецензенты:

Михеева Н. Ф. — академик МАН ВШ, доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой иностранных языков филологического факультета Российского университета дружбы народов;

Синяевский А. А. — кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков факультета мировой экономики и мировой политики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Антонюк, Е. В.

А72 Испанский язык для делового общения (уровень С1) : учебник для бакалавров / Е. В. Антонюк, Е. В. Карпина. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 302 с. — Серия : Бакалавр. Углубленный курс.

ISBN 978-5-9916-3317-8

Учебник предназначен для студентов старших курсов экономических вузов (уровень С1), изучающих испанский язык как первый иностранный на факультетах экономики, политологии, журналистики, филологии по специальностям «Мировая экономика», «Международные экономические отношения», «Внешняя торговля».

Основная задача учебника — научить работать с текстами экономического характера, обогатить словарный запас базовыми экономическими терминами, привить профессионально-ориентированные умения и навыки, включая профессиональную беседу и двусторонний перевод специальных текстов.

Учебник состоит из двух частей и глоссария. Первая часть охватывает наиболее актуальные темы: деятельность разных видов компаний, финансы и формы платежа, виды торговой деятельности, международная торговля, инкотермс, лидерство в компании и на рынке. Вторая часть отрабатывает устный и письменный дискурс различного регистра и может быть использована при подготовке к экзаменам DELE (уровня С1). В конце приведен лексический минимум по изучаемым темам.

В учебнике использованы оригинальные тексты СМИ, а также материалы различных учебных сайтов. Аутентичные материалы из испанских учебников, экономических газет и журналов, учебников по экономике за 2010–2012 гг. сочетаются в нем с оригинальными авторскими разработками.

Содержание учебника соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования третьего поколения и методическим требованиям, предъявляемым к учебным изданиям.

Для студентов старших курсов экономических вузов.

УДК 811.134.2
ББК 81.2Исп

© Антонюк Е. В.,
Карпина Е. В., 2013

ISBN 978-5-9916-3317-8

© ООО «Издательство Юрайт», 2014

Índice

| | |
|------------------|---|
| От авторов | 6 |
|------------------|---|

PARTE I

| | |
|--|-----------|
| Tema 1. Comercio: introducción | 10 |
| Texto 1.1. Nociones generales del comercio..... | 10 |
| Texto 1.2. Comerciante: sus derechos y obligaciones..... | 14 |
| Texto 1.3. Establecimiento mercantil: elementos necesarios..... | 18 |
| Texto 1.4. Tipos de ventas y formas de pago..... | 21 |
| Una situación concreta | 25 |
| Texto complementario: Cómo decidir el mejor momento para poner en marcha un negocio | 26 |
| Tema 2. Montar una empresa comercial | 31 |
| Texto 2.1. Empresas privadas (individuales y societarias) | 31 |
| Texto 2.2. Modalidades de sociedad mercantil: sociedad colectiva | 34 |
| Texto 2.3. Modalidades de sociedad mercantil: sociedad de responsabilidad limitada..... | 38 |
| Texto 2.4. Modalidades de sociedad mercantil: sociedad anónima..... | 42 |
| Texto complementario: La privatización de Endesa..... | 48 |
| Tema 3. Actividad de exportar o importar | 51 |
| Texto 3.1. España: exportar desde una PYME..... | 51 |
| Texto 3.2. Estudio y selección de productos exportables y sus nichos en los mercados..... | 55 |
| Texto 3.3. Proceso de importación: ¿cómo se hace? | 60 |
| Texto 3.4. Poner en marcha importación / exportación | 66 |
| Texto complementario: La crisis anima a las PYMES a abrir tienda en Internet..... | 71 |
| Tema 4. España y sus políticas de exportación | 76 |
| Texto 4.1. Exportación y opciones existentes | 76 |
| Texto 4.2. ICEX y otras ayudas al exportador (<i>Primera parte</i>)..... | 82 |
| Texto 4.3. ICEX y otras ayudas al exportador (<i>Segunda parte</i>)..... | 85 |
| Texto 4.4. Instrumentos y formas de promoción comercial | 90 |
| Una situación concreta | 94 |
| Texto complementario: El Pozo Alimentación | 95 |
| Tema 5. Condiciones y medios de pago | 99 |
| Texto 5.1. Instrumentos del pago diferido | 99 |
| Texto 5.2. Operaciones bancarias (<i>Primera parte</i>)..... | 104 |

| | |
|---|------------|
| Texto 5.3. Operaciones bancarias (<i>Segunda parte</i>)..... | 109 |
| Texto 5.4. Transacciones internacionales: diferentes formas de pago | 116 |
| Texto complementario: Las empresas se la juegan | 122 |
| Tema 6. Comercio internacional | 126 |
| Texto 6.1. Transacción internacional y documentación comercial | 126 |
| Texto 6.2. Documentación administrativa y seguros | 130 |
| Texto 6.3. INCOTERMS: sistema de las condiciones de entrega de las mercancías..... | 137 |
| Tema 7. Liderazgo en la empresa | 144 |
| Texto 7.1. Definición del liderazgo..... | 144 |
| Texto 7.2. Diferencias entre jefe y líder | 146 |
| Texto 7.3. Características del líder..... | 150 |
| Texto 7.4. Autoridad del jefe: antes y ahora..... | 156 |
| Una situación concreta | 159 |
| Texto complementario: “Creer en la gente para crear resultados” | 161 |
| Tema 8. Tener éxito en el mercado | 163 |
| Texto 8.1. Definición del éxito competitivo..... | 163 |
| Texto 8.2. Diez consejos para ser un emprendedor con éxito | 167 |
| Texto 8.3. Franquicia, ¿negocio de futuro?..... | 172 |
| Texto 8.4. Trucos para atraer al consumidor..... | 174 |
| Texto 8.5. Tipos de consumidor | 182 |
| Una situación concreta | 184 |
| Texto complementario: La marca, salvavidas empresarial en un entorno turbulento..... | 186 |
| Tema 9. Expatriados profesionales | 190 |
| Texto 9.1. Definición de expatriados profesionales..... | 190 |
| Texto 9.2. Fenómeno de la expatriación | 193 |
| Texto 9.3. Ventajas e inconvenientes de trabajar fuera del país..... | 196 |
| Texto 9.4. Globalización y expatriación..... | 199 |
| Una situación concreta | 203 |
| Texto complementario: Lo que debe saber un expatriado... y su familia... 204 | |

PARTE II

| | |
|---|------------|
| Tema 1. Géneros de texto..... | 208 |
| 1.1. Reseña..... | 208 |
| 1.2. Informe | 210 |
| 1.3. Ensayo | 212 |
| 1.4. Texto didáctico..... | 214 |
| 1.5. Acta | 215 |
| 1.6. Folleto | 217 |
| Tema 2. Crisis bancaria en España | 222 |
| 2.1. De Guindos cifra el saneamiento pendiente de Bankia en unos 7.500 millones..... | 222 |

| | |
|---|------------|
| Tema 3. Españistán | 229 |
| 3.1. Aleix Saló y su obra..... | 229 |
| 3.2. Presentación del vídeo <i>Españistán</i> | 231 |
| 3.3. Bienvenidos a Españistán..... | 241 |
| 3.4. De España a Españistán..... | 242 |
| Tema 4. Nimileurismo | 243 |
| 4.1. Así empezó todo..... | 243 |
| Glosario | 249 |
| Lista de referencias | 302 |

От авторов

Учебник, который вы держите в руках, предназначен для студентов старших курсов экономических вузов, изучающих испанский язык как первый иностранный язык по специальностям «Мировая экономика», «Международные экономические отношения», «Внешняя торговля». Учебник охватывает ключевые темы: деятельность разных видов компаний, финансы и формы платежа, виды торговой деятельности, международная торговля, инкотермс, лидерство в компании и на рынке.

Учебник также может представлять несомненный интерес для лиц, готовящихся к собеседованию для работы в испаноговорящих странах, а также может быть использован при подготовке к сдаче экзаменов DELE (уровня С1).

Целью учебника является развитие навыков и умений, необходимых для профессиональной деятельности выпускников вузов и соответствующих уровню С1 европейской шкалы языковых компетенций):

- формирование умений и навыков работы с текстами экономического содержания, развитие навыков беглого и аналитического чтения, умения излагать содержание текста в сокращенной, структурированной и перефразированной форме;
- развитие навыков перевода: устного (подготовленного и неподготовленного) и письменного;
- развитие навыков устной (подготовленной и неподготовленной) речи в пределах изучаемой экономической тематики.

Тексты, объединенные соответственно тематике раздела, снабжены послетекстовыми упражнениями, имеющими коммуникативный характер и направленными на развитие навыков чтения текстов по специальности и формирование навыков профессионально-ориентированного говорения на материале прочитанного.

Структура учебника

Учебник состоит из двух частей. Основу первой части составляют тексты испаноязычных СМИ, а также материалы современных испанских учебников, переработанные, дополненные и адаптированные в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования и методическими требованиями, предъявляемыми к учебным изданиям.

Первая часть представляет широкий спектр основных тем по экономике и международным экономическим и финансовым отношениям. Каждый раздел включает основные, а также дополнительный тематический текст (статью), диалоги, упражнения для закрепления, страноведческую информацию и типичные ситуации из разных сфер бизнеса (*Una situación concreta*). Также предлагается написать эссе на определенные темы (*Tareas*).

Вторая часть учебника (интегрирование компетенций аудирования, чтения, письма и говорения в различных текстовых форматах) может быть использована при подготовке к экзаменам DELE (уровня C1), так как отрабатывает один из недостаточно изученных аспектов европейской шкалы компетенций: устный или письменный дискурс различного регистра. В подборку включены оригинальные тексты СМИ, а также материалы различных учебных сайтов.

Основная задача учебника — научить работать с текстами экономического характера, обогатить словарный запас базовыми экономическими терминами, привить профессионально-ориентированные умения и навыки, включая профессиональную беседу и двусторонний перевод специальных текстов. Контент курса испанского языка для делового общения представляет интерес для тех, кто хочет чувствовать себя уверенно в иностранной языковой среде во время зарубежных деловых поездок, переговоров с иностранными партнерами, собеседований при приеме на работу, международных конференций и т.п.

Методические рекомендации

Учебник предоставляет возможности для использования активных методов обучения. Материал учебника способствует расширению словарного запаса и закреплению лексики, усвоенной на предыдущем этапе обучения, развитию навыков письма и говорения при подготовке к международным экзаменам.

При отборе лексики принимался во внимание не только словарный запас студентов, но и нормативность новых лексических единиц, равно как и вариантность их применения при деловом общении. Тексты, а также сопровождающие их упражнения, расположены в последовательности, способствующей активизации основных лексических и грамматических конструкций. Вопросы к текстам не всегда имеют однозначные ответы, что позволяет вовлечь студентов в дискуссию или ролевую игру.

Дидактика текстов основывается на принципах современной методики преподавания испанского языка как иностранного. Четкое и последовательное выполнение заданий поможет студентам самостоятельно оперировать языковыми явлениями в процессе чтения и беседы по избранной проблематике. Задания составлены

таким образом, чтобы студенты подходили к их выполнению творчески, привлекая знания, усвоенные в рамках дисциплин специализации.

Раздел «*Texto complementario*» предназначен для дополнительного внеаудиторного чтения. Расположение учебного материала, характер лексико-грамматических упражнений также может быть использован для самостоятельной индивидуальной формы работы. В конце раздела предлагается написать эссе на одну из предложенных тем.

В конце учебника приведен лексический минимум по изучаемым темам и список рекомендуемой литературы.

PARTE I



Tema 1

COMERCIO: INTRODUCCIÓN



Texto 1.1

Nociones generales del comercio

Antes de **montar un negocio** el emprendedor debe reflexionar y pensar mucho en varios aspectos, tanto en teoría del comercio como en práctica. El **emprendedor** tiene que elaborar un proyecto y llevarlo a la consulta a su **asesor** o a un experto para que este lo examine y vea si es viable. Al mismo tiempo cuando el asesor domine el sector de negocio y conozca bien el proyecto, puede aportar ideas interesantes y trabajar con el emprendedor durante todo el proceso, pero el éxito del negocio dependerá sólo del emprendedor. Pero antes, vamos a ver qué es *el comercio* y quién es *un comerciante*. De manera descriptiva se puede decir que si usted compra, vende o intercambia **bienes** y **servicios** con **finés lucrativos**, entonces usted comercia o es un **comerciante**. De forma más técnica el comercio es la actividad de intermediación entre la **producción**, el **consumo** y la **inversión**. Un **comercio**, en cambio, puede ser una tienda, un almacén o un establecimiento donde se realiza la actividad comercial.

Si el comercio se realiza dentro de un país, se llama **comercio interior**. Si se realiza fuera del país, entonces se denomina **comercio exterior** o internacional. Si se intercambian grandes cantidades de mercancías, estamos ante el **comercio al por mayor** que desarrollan los **mayoristas**. Si las cantidades que se intercambian son medianas o pequeñas, entonces nos referimos al **comercio al por menor** o **al detalle** realizado por los **minoristas**. Normalmente el **productor** o **fabricante** le vende el producto a los mayoristas y éstos, a su vez, a los minoristas, que, finalmente, se lo ofrecen al **consumidor**.

Las rutas posibles que siguen los productos desde el productor al consumidor se llaman **canales de distribución** o **comercialización**. Hay dos tipos de canales: de **ciclo corto** y de **ciclo largo**. En los canales cortos, los bienes van directamente del productor al consumidor y, como máximo, participa un intermediario. En los largos, hay más de un **intermediario**.

Los **bienes de equipo** son los que se utilizan para la fabricación y el transporte de otros bienes y, normalmente, utilizan los canales de ciclo corto. En cambio, los **bienes de consumo**, los destinados al consumidor final, suelen seguir circuitos más o menos largos dependiendo de su naturaleza; o sea, si se trata de **productos perecederos** (generalmente alimenticios) o **no perecederos** [duraderos]. En el primer caso, se puede seguir un camino clásico (productor → minorista → consumidor) o uno más complejo (productor → **asentador de mercado central** → minorista → consumidor). En el caso de los bienes duraderos, se suele seguir un camino más bien clásico, si bien los **hipermercados** o **grandes superficies** están consiguiendo eliminar a los intermediarios.

Angel Felices Lago, Cecilia Ruiz López.
Español para el comercio internacional



Preguntas de comprensión

1. ¿Qué tres factores fundamentales intervienen en el comercio?
2. ¿Cómo se llama el comercio en el que se intercambian pequeñas cantidades de productos?
3. ¿Quién recibe el producto finalmente?
4. ¿Cómo se llaman las rutas que siguen los productos?
5. ¿Cómo se denomina a aquél que interviene entre el productor y el consumidor?
6. ¿Cómo se llaman los bienes que se usan para la fabricación y el transporte de otros?
7. ¿Qué figura puede aparecer entre el productor y el minorista en la canalización de productos perecederos?



Ejercicios prácticos

1. Busque equivalente en ruso de lo siguiente:

- bienes _____
- servicios _____
- fines lucrativos _____
- comerciante _____
- producción _____
- consumo _____
- inversión _____
- comercio _____
- comercio interior _____
- comercio exterior _____
- comercio al por mayor _____
- mayoristas _____
- comercio al por menor _____

comercio al detalle _____
minoristas _____
productor _____
fabricante _____
consumidor _____
canales de distribución _____
canales de comercialización _____
ciclo corto _____
ciclo largo _____
intermediario _____
bienes de equipo _____
bienes de consumo _____
productos perecederos _____
productos no perecederos _____
asentador de mercado central _____
hipermercados _____
grandes superficies _____

2. Rellene los huecos de las frases siguientes con las palabras adecuadas de cada familia cuya raíz se indica:

a) COMERC-

1. Un _____ compra, vende o intercambia bienes y servicios con fines lucrativos.
2. Se denomina también _____ a una tienda, un almacén o un establecimiento para una actividad _____
3. Los canales de distribución se llaman también canales de _____
4. Cuando se realiza dentro de un país, se trata de _____ interior.

b) PRODUC-

1. Normalmente, el _____ le vende el _____ a los mayoristas.
2. El comercio es la actividad de intermediación entre la _____, el consumo y la inversión.
3. Al fabricante se le denomina también _____.

c) CONSUM-

1. Los bienes de _____ pueden ser perecederos o duraderos.
2. Los minoristas ofrecen el producto al _____.

3. Rellene los huecos con las palabras apropiadas:

1. LANDECOLOR

fábrica, riesgos, costes, empleados, facturación, materiales, inversión, servicio, rotación, laboral, instalaciones, compañías, ahorra

Vicente Prada, director de Landecolor, una _____ de pintura de veinticinco _____ con una _____ de 3,6 millones de euros, calcula que _____ el 60% de los _____ laborales desde que hace tres años contrató un _____ externo de prevención. “Hemos dividido entre

tres las bajas por accidente, reduciéndolas al mínimo”, dice Prada. _____ realizada: 1.500 euros. Las adaptaciones más complicadas de aplicar tras una evaluación de _____ suelen ser las que implican cambios en la rutina _____ de los empleados. “Cuesta que todos tomen conciencia de la importancia de utilizar nuevos _____ de seguridad, como gafas o guantes. Se consigue invirtiendo en _____ y formación, y se crea entonces un ambiente de trabajo muy apreciado que minimiza la _____. El 90% de nuestro personal es fijo”, explica Vicente Prada. “No comprendo cómo el 70% de las _____ españolas continúan mirando a otro lado, viendo esta ley como un coste, cuando es una inversión”, dice Prada.

2. COLOR DIGITAL

adaptaciones, empresa, prevención, destino, condiciones, gestiona, bajas, normativa, compañía, compromiso, personal, seguridad, empleados

Alonso Fernández, director de Color Digital, una _____ de fotomecánica con diecisiete _____, asegura no entender cómo hay empresas que incumplen esta _____ cuando “es más sencillo aplicarla”. Fernández afirma que, desde la constitución de la _____ en 1995, _____ activamente la prevención de riesgos “no sólo porque lo exija la Ley, sino porque estableciendo las mejores _____ de trabajo posibles, los empleados son más productivos. También consigo así una mayor implicación del _____, porque entienden que la empresa se preocupa por ellos garantizando su _____ y porque para ello también se requiere su propio _____”.

Fernández sólo _____ 400 euros. Tuvo que hacer pequeñas _____ en su centro de trabajo, como colocar más extintores y señalar la salida de emergencia. “Los empleados hicieron un curso de _____ de riesgos y ahora las _____ importantes las provoca la gripe”, dice Fernández.

4. Relacione los conceptos de las dos columnas siguientes:

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. Comercio interior | a) Para fabricación y transporte de otros bienes |
| 2. Productos perecederos | b) Cantidad limitada de un producto |
| 3. Comercio al detalle | c) Compraventa entre diferentes países |
| 4. Bienes de equipo | d) No duraderos, siguen un ciclo corto |
| 5. Productos no perecederos | e) Grandes cantidades de un producto |

- | | |
|--------------------------|--|
| 6. Comercio al por mayor | f) Compraventa dentro de un mismo país |
| 7. Comercio exterior | g) Destinados al consumo final |
| 8. Bienes de consumo | h) Duraderos, admiten un ciclo largo |

5. Traduzca las frases:

1. Торговля — это процесс обмена товарами, услугами, ценностями и деньгами. В широком смысле — это вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров.
2. Торговля возникла с появлением разделения труда как обмен излишками производимых продуктов, изделий. Обмен сначала носил натуральный характер; с возникновением денег возникли предпосылки для установления товарно-денежных отношений.
3. Оптовая торговля — это торговля большими партиями товара; как правило, товар, покупаемый у оптового продавца, предназначен для последующей перепродажи.
4. В отличие от оптовой торговли, товар, купленный в системе розничной торговли, не подлежит дальнейшей перепродаже, а предназначен для непосредственного использования.
5. Отношения между продавцом и покупателем в системе розничной торговли регламентируются особым законом. В Российской Федерации это «Закон о защите прав потребителей».
6. Общий объем мировой розничной торговли равен примерно 10 трлн долл., при этом на долю стран Западной Европы приходится порядка трети, а на долю России — около 2 % мирового рынка.
7. Специалисты в области маркетинга должны понимать нужды и желания потребителя и помогать фирмам в принятии решений, какую продукцию продавать на данном рынке, чтобы компания могла добиться хороших результатов и получить прибыль.



Texto 1.2

Comerciante: sus derechos y obligaciones

De manera descriptiva, se puede decir que tiene más posibilidades de ser emprendedor real aquél que:

Conoce un producto o servicio que puede fabricar o vender con éxito. En su motivación empresarial, apenas tiene importancia las perspectivas negativas de poder colocarse empleado por cuenta ajena. Ha adquirido formación teórica y práctica para llevar la empresa. Con anterioridad ha ahorrado dinero para invertir en el negocio o, al menos, conoce las fuentes de financiación accesibles. Está interesado por estar al día de las novedades que se producen en el mundo empresarial. Es una persona

independiente y orientada al logro. Es socialmente atrevido y poco sensible. Es extrovertido, desenvuelto y no inhibido. En el caso de una mujer, es independiente, atrevida y con iniciativa. Posee valores empresariales relativos a autorrealización, optimismo y sentido del trabajo.

Gustavo Moscoso desea abrir una tienda de antigüedades en una pequeña ciudad española. Como no tiene ninguna experiencia anterior, se pone en contacto con una **gestoría** dirigida por un **asesor** muy conocido: José Andrade.

Asesor: Buenos días, señor Moscoso, ¿qué desea?

Cliente: Buenos días, señor Andrade. Su secretaria ya le habrá informado sobre el motivo de la visita. Quisiera que me ayudasen con su experiencia. Ya sabe, vamos a abrir una tienda de antigüedades y tenemos muchas dudas sobre las **gestiones** necesarias.

Asesor: Bueno. No se preocupe. Es más sencillo de lo que se piensa. Para ser comerciante o dueño de un **negocio** tiene que conocer una serie de **derechos y obligaciones**.

Cliente: Comencemos por las obligaciones, ¿qué debo hacer?

Asesor: Si, como parece, va a ser un **empresario individual**, entonces no está obligado a inscribirse en el **Registro Mercantil**. Sin embargo, yo le aconsejo que lo haga, pues allí le asesoran y le facilitan información sobre las empresas. Ahora bien, el registro de la **Propiedad Inmobiliaria** sí es obligatorio. También está obligado a abrir una **cuenta corriente** para canalizar **pagos e ingresos**, llevar la **contabilidad** de las operaciones que realice y a conservar la **documentación** relacionada con el **negocio**. Además deberá visitar la **Delegación de Hacienda** correspondiente para **darse de alta fiscalmente**, solicitar un **número de identificación fiscal** y pagar los **impuestos** específicos. Y no se olvide de lo más importante, su **responsabilidad ante terceros** es ilimitada. La totalidad de su **patrimonio** está sujeta a **reclamación** si el negocio fracasa y no paga sus **deudas**.

Cliente: ¿Y los derechos?

Asesor: Bueno, la verdad es que no son nada especial y se corresponden con el sentido común. Tendrá derecho a gestionar el negocio y obtener los **beneficios** correspondientes. Si el **local** donde se ubique la tienda está **alquilado**, y debidamente **registrado**, no le podrán **desahuciar** de manera arbitraria. Al inscribir su establecimiento en la **Cámara de Comercio**, tendrá derecho a participar, tanto en las actividades que se organicen como en la elección de sus representantes y, llegado el caso, a ser elegido para su **Junta Directiva**.



Preguntas de comprensión

1. ¿Qué tipo de empresario será el señor Moscoso con su nuevo negocio?
2. ¿Dónde se puede asesorar y conseguir información de las empresas?
3. ¿Qué medio ha de tener para canalizar pagos e ingresos?
4. ¿Qué tiene que solicitar en la Delegación de Hacienda?
5. ¿Qué queda expuesto ante una reclamación?
6. ¿Qué obtendrá con su negocio?



Ejercicios prácticos

1. Relacione los conceptos con sus definiciones:

- | | |
|---------------------|--|
| 1. impuesto | a) Conjunto de reglas, procedimientos y actividades para llevar un negocio con eficacia. |
| 2. desahucio | b) Propietario o director de una industria, negocio o empresa. |
| 3. beneficio | c) Obligación que uno tiene de pagar algo que ha recibido anteriormente. |
| 4. gestiones | d) Cantidad (cantidadeses) que uno recibe por su trabajo o por la venta de productos y/o servicios. |
| 5. ingresos | e) Despido del inquilino mediante una acción legal por parte del dueño o arrendador. |
| 6. empresario | f) La que está abierta a favor de una persona en un banco y que le permite a ésta retirar cantidades sin más límite que el dinero que posea. |
| 7. cuenta corriente | g) Sistema adoptado para llevar las cuentas en las oficinas públicas y privadas. |
| 8. patrimonio | h) Parte de las ganancias que el ciudadano tiene que pagar al Estado para contribuir así al pago del gasto público. |
| 9. contabilidad | i) Bienes propios de una persona (física o jurídica). |
| 10. deuda | j) Diferencia a nuestro favor entre los ingresos y los gastos de una operación o conjunto de operaciones. |

2. Señale cuáles son obligaciones (O) y cuáles derechos (D) del comerciante individual:

- | | O | D |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1. Registro de la Propiedad Inmobiliaria. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Participación en las actividades de la Cámara de Comercio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Gestión del negocio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Darse de alta fiscalmente en la Delegación de Hacienda. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| | O | D |
| 5. Llevar la contabilidad. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Participar en la elección de los miembros de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Abrir una cuenta corriente para canalizar los pagos e ingresos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. No ser desahuciado arbitrariamente. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. Poseer un Número de Identificación Fiscal. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. Percibir los beneficios. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. Responder ante reclamación de terceros. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. Sujeción del patrimonio a reclamación ante fracaso. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

3. Indique si las afirmaciones siguientes son verdaderas (V) o falsas (F):

- | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| | V | F |
| 1. La gestión del negocio y la obtención de beneficios constituyen los derechos fundamentales de un comerciante. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Un comerciante establece una serie de derechos y obligaciones. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. La inscripción de un establecimiento en la Cámara de Comercio da derecho a su propietario a la participación en las diversas actividades de ésta y a la elección de los miembros de la Junta Directiva. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. El Registro Mercantil es el único lugar donde podemos recibir información sobre las empresas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Además de abrir una cuenta corriente, hay que llevar la contabilidad de las operaciones realizadas así como conservar la documentación del negocio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. El registro de la Propiedad Inmobiliaria es obligatorio. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. En la Delegación de Hacienda deberá responder ante terceros. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. En determinadas circunstancias se podría desahuciar arbitrariamente un local, aunque estuviese registrado correctamente. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

4. Traduzca las frases:

1. После экономического спада среднегодовой процент частного потребительского спроса вырос на 3%.
2. Испания импортирует больше товаров, чем экспортирует, что свидетельствует о дефицитном торговом балансе страны. Основ-

- ные статьи экспорта и импорта Испании выросли после вступления в ЕЭС. Франция и Германия являются основными поставщиками и клиентами Испании.
3. Я хотел бы знать каково общее количество отечественных и зарубежных марок на рынке в данный момент и каково их соотношение.
 4. Иногда действительно сложно отличить подлинный продукт от его подделки.
 5. Снижение покупательной способности вынуждает испанцев покупать товары по низким ценам, очень часто даже в ущерб качеству.
 6. Испанцы тратят больше всего денежных средств в период скидок.
 7. Прежде чем приобрести товар, опытный потребитель стремится ознакомиться с его техническими характеристиками и условиями гарантийного обслуживания.
 8. Экономическая стабильность страны и быстрый товарооборот зависит от стабильности законодательной системы.
 9. Несмотря на увеличение сети торговых центров, потребители все еще предпочитают небольшие магазинчики.
 10. В ближайших перспективах банка — дальнейшее динамичное увеличение собственного капитала и сохранение лидирующего положения по показателям надежности и ликвидности.
 11. Фирмам необходимо постоянно наблюдать за изменяющейся ситуацией на рынке, конкуренцией, процессом распределения и уровнем технологий, чтобы добиться успеха.
 12. Взаимоотношения между фирмой и покупателем проявляются в соответствии качества, услуги и цены.



Texto 1.3

Establecimiento mercantil: elementos necesarios

El carácter particular del futuro negocio, e incluso la **personalidad jurídica** dependen de una serie de elementos **materiales e inmateriales** o **corporales e incorporeales**. De la misma manera que se habla de **comercio visible** e invisible, todo negocio consta de elementos tangibles e intangibles. Por ejemplo, elementos materiales son el **mobiliario mercantil** (ordenadores, teléfonos, caja registradora, archivadores, caja fuerte, etc.), la **maquinaria y las instalaciones** (estanterías, máquinas para restaurar muebles, casilleros de almacén) o las **existencias de mercancías**.

Lo que llamamos elementos incorporeales lo forman el **nombre comercial** que se le pone a la empresa, la **enseña, rótulo o logotipo** que instale en la entrada o en los embalajes, el **membrete de** las cartas, etc.

La clientela o el conjunto de los clientes futuros también constituyen un elemento de este tipo. Y luego, si uno ha inventado algún producto para su negocio **puede patentarlo** y disfrutar del derecho de **patente**.

Si, por el contrario, uno se dedica a explotar un invento ajeno pagando un alquiler, entonces se supone que ha solicitado la **licencia** correspondiente, previo pago del canon o *royalty* (porcentaje sobre el volumen de negocios). Si por casualidad uno desarrolla un método comercial original, se da cuenta de ello y decide protegerlo de imitadores, en ese caso, su **know-how** o **saber hacer** se puede patentar, como si de un invento se tratase, inscribiéndolo en el **Instituto de la Propiedad Industrial** y también puede cederlo en exclusiva a quien lo desee a través de un contrato de **franquicia**.

Angel Felices Lago, Cecilia Ruiz López.
Español para el comercio internacional



Preguntas de comprensión

1. ¿Qué ejemplos de elementos materiales se citan en el texto?
2. ¿Cómo se define aquí la clientela de un negocio?
3. ¿Cómo se denomina al derecho que disfruta aquél que inventa un producto?
4. ¿Qué hay que pagar para poder explotar un invento ajeno?
5. ¿Dónde hay que inscribir un know-how?
6. ¿A través de qué medio se puede ceder en exclusiva un saber hacer?



Ejercicios prácticos

1. Señale qué elementos son materiales (M) o inmateriales (I):

| | M | I | | M | I |
|----------------------|--------------------------|--------------------------|---------------|--------------------------|--------------------------|
| patente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | maquinaria | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| existencias | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | logotipo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| clientela | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | royalty | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| enseña | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | saber hacer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| know-how | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | membrete | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| nombre comercial | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | instalaciones | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| mobiliario mercantil | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | licencias | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| canon | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | rótulo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

2. Entre los términos anteriores algunos son sinónimos. ¿Podría señalarlos?
