Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

Факультет международных экономических отношений

Кафедра романских языков

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО |  |  |
| Председатель методическойкомиссии по специальности\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |  |
| «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  |   |  |

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС**

**(ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС)**

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**«ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК 2-ой» (ИСПАНСКИЙ)**

для специальности 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование»

Составители: Ковалькова Т.В., Царева Л.В.

Рассмотрено и утверждено на заседании научно-методического совета БГЭУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г., протокол № \_\_\_\_\_**ВВЕДЕНИЕ**

Целью данного ЭУМК является *совершенствование навыков и развитие умений практического владения иностранным языком в разных жанрах устного и письменного делового общения,* и, как следствие, приобретение студентами коммуникативной компетенции, т.е. способности к использованию иностранного языка для решения практических задач в различных ситуациях делового общения.

Данный курс предусматривает не только обучение студентов иностранному языку как средству делового общения и передачи профессионально значимой информации, но предполагает, прежде всего, формирование многоязычной личности, вобравшей в себя ценности родной и иноязычной культур и готовой к межкультурному деловому общению.

Данный ЭУМК предназначен для специальности 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование».

В структуре ЭУМК отражена учебно-программная и учебно-методическая документация, представлены методические материалы для контроля знаний студентов, разработаны методические рекомендации по изучению дисциплины, выполнению контрольных работ, даны рекомендации студентам по организации самостоятельной работы. При работе с ЭУМК студенты могут использовать литературу, рекомендованную в комплексе.

**III. Тематика практических занятий**

**по дисциплине «Деловой иностранный язык (2-ой)» испанский**

**6 семестр (68 часов)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Номер раздела, темы, занятия** | **Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов** | **Количество****аудиторных часов** | **Иное**  | **Формы контроля** |
| **Лекции** | **Практические занятия** | **Лабораторные занятия** | **Управляемая самостоятельная работа студентов** |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **1.** | Тема 1. Наемные сотрудники.Работники в организации. Квалификационные требования и должностная инструкция. Деятельность, функции и цели Управления персоналом. Прием на работу. Характеристика служащих. Досье, анкета персонала. Сведения о сотрудниках. |  | 10 |  |  | Разработки преподавателя4.1.1;4.1.3;4.1.4;4.2.2; 4.2.3; 4.2.5; 4.3.1; 4.3.2; 4.3.7;4.4.1;4.4.2;4.4.5; | Устный опрос |
| **2.** | Тема 2. Бизнес среда. Глобализация. Понятие бизнес среды. Факторы бизнес среды на микро- и макро- уровне. Циклическое развитие экономики. Бизнес в условиях экономического роста и рецессии. Глобализация в сфере бизнеса и экономики. Волатильность потребительских цеп па мировом рынке. Конкурентоспособность товаров и рынков. |  | 6 |  |  |  | Контрольный тест |
| **3.** | Тема 3. Финансы. Деньги Определение финансов на микро/макро уровнях. Процесс финансового планирования. Основные элементы финансовой системы. Финансовый менеджмент. Финансы и капитал. Долгосрочное/краткосрочное финансирование. Собственный (долевой) капитал. Привлеченный (заемный) капитал. Основной/оборотный капитал. Акции, дивиденды, облигации. Привилегированные/простые акции. Виды дивидендов. Страхование. Виды рисков. Понятие налогообложения. Основные виды налогов. Стандарты налогообложения. Налоговые функции и поня тие четырех Р в налогообложении. Основные направления налоговой политики в Республике Беларусь.Роль финансовых рынков. Взаимоотношения между поставщиками фондов и потребителями. Денежный рынок. Рынок капитала. Виды валютных рыночных операций. Первичный/вторичный рынок. Обычные и привилегированные акции. Рынок Нвровалют. Понятие финансовых деривативов. Биржевой опцион. Финансовый фьючерс. Своп. Инфляция. Взаимодействие инфляции и покупательной способности денег. Виды обменных валютных курсов. Основные валюты мира.Из истории возникновения денег. Основные характеристики денег. Основные виды денег. Товарные и бумажные деньги. Функции денег и их взаимодействие. Современные меры денег: М1, М2, М3. |  | 14 |  |  | Разработки преподавателя4.1.1;4.1.3;4.2.1; 4.2.2;4.2.4; 4.2.5; 4.3.1; 4.3.3; 4.3.4;4.3.7;4.4.1;4.4.2;4.4.5;  |  Перевод на русский, на испанский язык деловых писем. Написание деловых писем разного типа  |
| **4.** | Тема 4. Корпоративная ответственность и этика.Этика поведения компаний и потребителей. Кодекс чести. Компания и ее акционеры (инвесторы). Компания и ее сотрудники. Компания и окружающая среда. Копания и общество. Компания и потребители. Компания и государство. Корпоративная ответственность глобальных компаний. Этика поведения и национальная культура. Законодательство и неэтичное поведение компаний и потребителей. |  | 10 |  |  | Разработки преподавателя4.1.1;4.1.3;4.1.4;4.2.2; 4.2.3; 4.2.5; 4.3.2; 4.3.3; 4.3.5;4.3.7;4.2.4;4.4.3;4.4.6; | Устный опрос |
| **5.** |  ***Текущий рейтинговый контроль*** Контрольный тест № 1 |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест  |
| **6.** | Тема5. Конкуренция. Карьера.Понятие конкуренции и конкурентоспособное!и в бизнесе. Конкуренция среди продавцов и покупателей. Монополисты и конкуренты. Конкуренция на мировом рынке. Теория конкурентных, абсолютных и сравнительных преимуществ. Конкурентные рынки, товары и бренды. Стратегия завоевания рынка. Конкуренция в сфере трудоустройства и образования.Карьера начинается с личности. 3 основные стороны личности. 4 уровня деятельности и достижений человека. Железный Закон Вселенной — Закон причины и следствия. Шаги к успеху. Критерии цели: конкретность, измеримость, достижимость, релевантность, своевременность. Способы продвижения по службе. |  | 10 |  |  | Разработки преподавателя4.1.1; 4.1.4;4.2.2; 4.2.3; 4.2.4;4.3.2; 4.3.3; 4.3.7;4.3.9;4.4.2;4.4.3;4.4.5;4.4.7;  | Ролевая играЗаполнение резюме |
| **7.** | Тема 7. Решение проблем. Общие подходы к решению проблем. Определение проблемы. Формулировка решений проблемы. Решения о качестве и приемлемости. Личность и принятие решений. Собрания и совещания. |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест |
| **8.** | Тема 8. Маркетинг. Рекламная деятельность. Определение и основные понятия маркетинга. Маркетинговый микс. Эволюция маркетинга. Взаимодействие маркетинга с такими пауками, как экономика, социология и психология. Исследование рынка. Лидеры па рынке. Целевой рынок. Факторы, определяющие жизненный стиль потребителей. Разнообразие групп потребителей и их влияние па маркетинговую стратегию. Товары и услуги. Жизненный цикл продукта. Уникальность услуг. История развития рекламы. Понятие рекламы, ее основные черты и цели. Рекламные средства. Паблик рилейшнз. Отличие паблик рилейшнз от рекламы.  |  | 12 |  |  | Разработки преподавателя4.1.1; 4.1.4;4.2.2; 4.2.3; 4.2.4;4.3.2; 4.3.4; 4.3.7;4.3.9;4.4.2;4.4.3;4.4.4;4.4.7;  | Устный опросДискуссия |
| **9.** | ***Текущий рейтинговый контроль*** Контрольный тест №3. |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест |

**III. Тематика практических занятий**

**по дисциплине «Деловой иностранный язык (2-ой)» испанский**

**7 семестр (64 часа)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Номер раздела, темы, занятия** | **Название раздела, темы, занятия; перечень изучаемых вопросов** | **Количество****аудиторных часов** | **Иное**  | **Формы контроля** |
| **Лекции** | **Практические занятия** | **Лабораторные занятия** | **Управляемая самостоятельная работа студентов** |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| **1.** | **Модуль 2. Перевод**Тема 1. Лексические вопросы перевода с испанского языка на русский. Многозначность слова и перевод. Роль контекста при осмыслении многозначного слова. Выбор слова из синонимического ряда при переводе. Учел сочетаемости слов при переводе. Учет конпотативных значений и стилистических характеристик лексических единиц.Типы интернациональной лексики и причины ее появления. Понятие псевдо- интернациопальных слов и ‘ложных друзей ‘переводчика. Роль контекста при переводе ‘ложных друзей’ переводчика.Аналитические приемы, используемые для понимания значения неологизмов (словообразовательный анализ, использование контекста, поиск в одноязычных толковых словарях). Способы передачи неологизмов при переводе.Понятие свободного словосочетания. Типы связей в свободном словосочетании.Понятие лексической сочетаемоеги. Учет стилистических особенностей при переводе свободных словосочетаний. |  | 14 |  |  | Разработки преподавателя4.1.1; 4.1.4;4.2.1; 4.2.3; 4.2.5;4.3.4; 4.3.7; 4.3.8;4.3.9;4.4.3;4.4.3;4.4.5;4.4.6;  | Устный опросПроект |
| **2.** | ***Текущий рейтинговый контроль*** Контрольный тест №4.  |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест  |
| **3.** | Понятие фразеологизма и устойчивого словосочетания. Типы фразеологизмов. Роль фразеологизмов в тексте. Способы перевода фразеологизмов (поиск аналога, эквивалента, калькированный перевод, описательный).Особенности имен собственных как класса лексических единиц. Способы передачи имен собственных (транслитерация, транскрипция, полный или частичный перевод). Перевод различных групп имен собствснных ( имена и фамилии людей, топонимы, названия компаний и организаций). Влияние на перевод степени известности имен собственных. Перевод реальных и вымышленных имен собственных. Перевод ‘говорящих’ имен собственных. Лексические трансформации при переводе: дифференциация, генерализация, конкретизация значений. Антонимический перевод. Описательный (интерпретирующий) перевод. Прием компенсации. |  | 12 |  |  | Разработки преподавателя4.1.1; 4.1.3;4.2.1; 4.2.2; 4.2.5;4.3.2; 4.3.3; 4.3.7;4.3.9;4.4.2;4.4.3;4.4.4;4.4.7;  | Устный опросЛексический диктант |
| **4.** | ***Текущий рейтинговый контроль*** Контрольный тест №5.  |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест  |
| **5.** | Тема 2. Грамматические вопросы перевода с испанского языка на русский.Понятие грамматической и смысловой структуры предложения. Актуальное членение предложения и перевод. Тема и рема. Инверсия. Виды артиклей. Способы передачи неопределенного/ определенного артиклей при переводе. Значимое отсутствие артикля.Причины замены частей речи при переводе. Основные приемы и правила выполнения замен. Понятие метонимии и метонимического перевода. Типы метонимии. |  | 12 |  |  | Разработки преподавателя4.1.1; 4.1.4;4.2.2; 4.2.3; 4.2.4;4.3.2; 4.3.4; 4.3.7;4.3.9;4.4.2;4.4.3;4.4.5;4.4.6;  | Проект |
| **6.** | Тема 3. Общие вопросы перевода с русского языка на испанский.Понятие контекстуальной замены, причины ее использования. Типы контекстуальных замен. Использование приемов генерализации, конкретизации. Описательный перевод. Эвфемизмы и политкорректпость при переводе.Понятие свободного словосочетания. Типы связей в свободном словосочетании. Понятие лексической сочетаемости. Учет стилистических особенностей при переводе свободных словосочетаний.Понятие прагматической адаптации. Учет социально-культурных,психологических и иных различий между получателями оригинального текста и текста перевода. Значение функциональной эквивалентности при переводе. Перевод реалий. Понятие речевых клише и их использование при переводе. Понятие реалий. Способы перевода реалий. 11ерсвод общественно-политических терминов. Перевод без эквивалентной лексики. Приемы транслитерации, транскрипции, калькирования, описательный перевод.Перевод сложных предложений различного типа. Трансформация сложного в простое предложение и наоборот в процессе перевода. Замена подчинения сочинением и наоборот. Перевод синтаксических комплексов и абсолютных конструкций. Приемы компрессии и развертывания при переводе. |  | 10 |  |  | Разработки преподавателя4.1.1;4.2.1;4.2.4;4.2.5;4.3.2; 4.3.6;4.3.7;4.4.2;4.4.3;4.4.5;4.4.7;  | Ролевая игра |
| **7.** | Тема 3. Общие вопросы перевода с русского языка на испанский (продолжение).Различия в системе временных форм глагола в русском и английском языках. Перевод префиксальных и суффиксальных комплексов. Способы передачи переходных и непереходных глаголов. Перевод конструкций с неличными формами глаголов. Относительность.Перевод пассивных, возвратно- пассивных и безличных конструкций. Замена пассивных конструкций активными т наоборот при переводе. Приемы восстановления подлежащего из контекста при переводе безличных конструкций.Типы глагольных предикатов. Различия в системе времен в русском и английском языках и их учет при переводе. Влияние различий в выражении типичных глагольных ситуаций в русском и английском языках на перевод. Смепа предиката при переводе. Типы метонимии при переводе предикатов. Понятие речевой частотности языковых единиц. Учет частотности при переводе. Выбор слов из синонимического ряда с учетом частотности. Цель переводческого анализа текста. Методы анализа. Учет в переводческом анализе жанровых особенностей функциональных стилей и прагматических аспектов перевода. |  | 10 |  |  | Разработки преподавателя4.1.1;4.2.2;4.2.3;4.3.2; 4.3.3;4.3.7;4.4.3;4.4.6;  | Перевод на русский, на испанский язык договоров |
| **8.** | ***Текущий рейтинговый контроль*** Контрольный тест №6.  |  | 2 |  |  |  | Контрольный тест  |

**ЭЛЕКТРОННЫЕ УЧЕБНЫЕ ПОСОБИЯ**

Введение в деловой иностранный язык (2-ой язык, испанский)

Дыро, Е.В., Белорусский государственный экономический университет, 2012.

http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/17872

**CONTENIDO:**

Unidad I.VIAJE DE NEGOCIOS. ACTIVIDAD COMERCIAL......................................3

Unidad II.SOLICITUD DE EMPLEO. RECURSOS HUMANOS ................................ 13

Unidad III. LLAMADAS TЕLEFÓNICAS. EMPRESA ................................................. 23

Unidad IV.NEGOCIACIONES. CONTRATO ............................................................... 33

Unidad V. ASESORAMIENTO FINANCIERO. MEDIOS DE PAGO ........................... 43

Unidad VI. TEXTOS COMPLEMENTARIOS. COMERCIO EXTERIOR .................... 51

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ПО ДЕЛОВОМУ ИСПАНСКОМУ ЯЗЫКУ

ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

«Hablemos de negocios»

Для студентов дневной и заочной формы обучения всех факультетов.

Авторы: *Л.В.Царева, И.И.Василевская*

БГЭУ, Минск 2014

**Unidad I. VIAJE DE NEGOCIOS. ACTIVIDAD COMERCIAL**

1. ***Lea dos diálogos y tradúzcalos:***
* Buenos días, señor López. Permítame que me presente. Soy Andrés Petrov, vicedirector de la compañía Kadex.
* Mucho gusto.
* Igualmente. ¿Qué tal ha pasado el viaje?
* Muy bien y rápido aunque ha durado bastante debido al transbordo que hemos hecho en Viena y dos horas de espera en el aeropuerto.
* ¿Es la primera vez que visita Ud. nuestro país?
* Hace dos años estuve aquí de tránsito y no pude ver muchas cosas.
* Espero que esta vez Ud. tenga más tiempo para visitar lugares de interés, conocer a la gente, disfrutar de la naturaleza y la cocina bielorrusa.
* Por supuesto, tengo muchos planes.
* Bueno, ahora le acompaño al hotel. Es uno de los hoteles céntricos y recién construidos.
* Perfecto, muchas gracias.
* Pase, Ud. Por aquí, por favor.

*(en el hotel)*

* ¡Qué aspecto más moderno tiene este hotel! Y su interior es impresionante por su ambiente de mucho confort y estética.
* Me alegro de que le guste a Ud.
* En qué piso tengo reservada la habitación.
* En el décimo. Ud. podrá disfrutar de un panorama magnífico.
* ¡Qué bien! Y para alojarme ¿necesito rellenar algún formulario?
* No, basta con presentar el pasaporte en la recepción, confirmar el período de estancia en el hotel y después poner la firma en la hoja de registro. Vamos a hacerlo ahora.
* Desde luego. Y una pregunta más. El desayuno está incluido, ¿verdad?
* Sí, lo sirven de 8 a 10 en el restaurante del hotel. Ahora acomódese y descanse.
* Le agradezco mucho su ayuda. ¿A qué hora nos veremos para concretar nuestra agenda?
* Le invito a cenar hoy en mi casa. A las seis de la tarde vengo a buscarle al hotel. ¿Qué le parece?
* Estupendo. Muchas gracias.
* Entonces hasta pronto, señor López.
* Hasta la vista. Adios.
1. ***Dé equivalentes a las expresiones siguientes:***

Позвольте представиться, очень приятно,vicedirector de la compañía, взаимно, hacer transbordo, иметь больше времени, посетить достопримечательности, conocer a la gente, наслаждаться природой, por supuesto, у меня много планов, por aquí, заказать номер в гостинице, alojarse en el hotel, заполнить формуляр, confirmar el período de estancia, поставить подпись, завтрак включен, servir el desayuno de 8 a 10, благодарить за помощь, concretar la agenda, пригласить на ужин, заехать в отель

1. ***Сonstruya las frases según el modelo:***
2. Nuestro país es muy bonito e interesante.

¿Qué le parece nuestro país? – Lo encuentro muy bonito e interesante.

La gente de aquí es muy simpática. Andrés Petrov es muy amable. El viaje es bastante cansado. La cocina bielorrusa es muy rica. La naturaleza es muy pintoresca. El hotel es bastante moderno. El interior del hotel es impresionante. El panorama es magnífico. Nuestra agenda es muy apretada. La cena es estupenda.

1. ¿Te reservo la habitación en el hotel? – Sí, resérvamela. No, no me la reserves.

¿Te acompaño al aeropuerto? ¿Me alojo en este hotel? ¿Le presento mi pasaporte? ¿Relleno este formulario? ¿Pongo la firma aquí? ¿Te lo hago ahora? ¿Le vengo a buscar al hotel? ¿Le invito a cenar al señor López? ¿Me acomodo aquí? ¿Desayuno en el restaurante?

1. ***Сomplete el diálogo:***

- Buenos días, ¿en qué puedo servirle?

- Buenos días, me llamo Julio Ramos y he reservado una habitación para dos noches.

- …

- Sí, exactamente.

- Muy bien, aquí tiene la llave tarjeta. Su habitación es la 413. Se encuentra en el cuarto piso*.*

*- …*

*-* Bien, necesito su pasaporte o algún documento de iden­tidad y rellene, por favor, este formulario.

*- …*

- Naturalmente, Sr.Ramos. Estamos a su disposición en todo momento.

- …

1. ***Traduzca al español:***
2. Меня зовут Алексей Корнеев. Я замдиректора по продажам нашей компании.
3. Позвольте мне представить вам сеньора Лопеса, он наш испанский партнер.
4. Как прошел полет?
5. Мы сделали пересадку в Вене.
6. Вы впервые в нашей стране?
7. Два года назад я был здесь проездом.
8. Надеюсь, что в этот раз у Вас будет больше времени, чтобы узнать нашу страну и людей, полюбоваться природой и попробовать белорусскую кухню.
9. У Вас зарезервирован номер в одном из самых современных отелей города.
10. Дайте, пожалуйста, ваш паспорт. Распишитесь здесь.
11. Когда мы встретимся, чтобы обсудить наш график работы?
12. ***Comonga diálogos para las situaciones siguientes:***

En el aeropuerto Ud. recibe a un colega extranjero.

Ud. quiere alojarse en un hotel y se dirige al recepcionista.

1. ***Lea el texto y apunte las expresiones clave:***

**Nociones generales del comercio**

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 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 sirven 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.

Si Ud. piensa montar su propio negocio y ser un empresario individual, entonces está obligado a inscribirse en el registro de la Propiedad Inmobiliaria. 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. Pero también tendrá sus derechos. Por ejemplo, a gestionar el negocio y obtener los beneficios correspondientes. Al inscribir su establecimiento en la Cámara de Comercio, tendrá derecho a participar, en las actividades que se organicen. En el Registro Mercantil le asesorarán y le facilitarán información sobre las empresas.

**Vocabulario:**

mercancía **—** товар

comercio al por mayor/al por menor (al detalle) — торговля оптом/ в розницу

intermediario — посредник

comercialización — продажа, сбыт, реализация

bien — продукт, товар, благо

circuito — цепь, маршрут, канал

perecedero — портящийся

montar un negocio — открыть дело, начать бизнес

empresario — предприниматель

abrir una cuenta corriente — открыть текущий счет

pagos e ingresos — платежи и поступления средств; расчеты

estar obligado a — быть обязанным

inscribirse en el registro — зарегистрироваться

llevar la contabilidad — вести учет (бухгалтерию)

darse de alta — встать на учет, зарегистрироваться

número de identificación fiscal — учетный номер налогоплательщика

pagar impuestos — платить налоги

responsabilidad ante terceros — ответственность перед третьими лицами

estar sujeto a — подлежать (чему-л.)

fracasar — потерпеть крах (неудачу), провалиться, обанкротиться

deuda — задолженность, долг

gestionar el negocio — управлять бизнесом

obtener los beneficios — получать прибыль

tener derecho a — иметь право на

asesorar — консультировать, советовать

facilitar — предоставлять

1. ***Busque en el texto los equivalentes españoles:***

обмениваться товаром, розничная торговля, оптовик, продавать продукт, от производителя к потребителю, участвует один посредник, средства производства, товары потребления, скоропортящиеся товары, следовать по коротким каналам сбыта, быть обязанным зарегистрироваться, открыть текущий счет, для проведения расчетов, вести учет осуществленных операций, встать на учет как налогоплательщик, запросить УНН, неограниченная ответственность перед третьими лицами, все имущество, подлежать конфискации, принимать участие в мероприятиях, консультировать и предоставлять информацию

1. ***Según la información del texto, elija si las siguientes afirmaciones son falsas o verdaderas:***
2. Si el comercio se realiza fuera del país se llama el comercio al por mayor.
3. Los detallistas venden productos directamente al consumidor.
4. En los canales cortos los bienes van directamente del fabricante al consumidor, sin participación de intermediarios.
5. Los bienes de equipo suelen seguir circuitos más largos dependiendo de su naturaleza.
6. Un empresario individual está obligado a inscribirse en el registro de la Propiedad Inmobiliaria.
7. Además el empresario deberá visitar la Cámara de Comercio correspondiente para darse de alta fiscalmente.
8. 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.
9. Si el negocio fracasa el empresario pierde sólo su capital invertido en el negocio.
10. Inscribir su establecimiento en el Registro Mercantil es un tramite obligatorio.
11. Gestionar el negocio y obtener los beneficios es un derecho del empresario y no es su obligación.
12. ***Complete las frases según el contenido del texto:***
13. Si se intercambian … cantidades de mercancías, esta­mos ante el comercio … .
14. El fabricante vende el producto a … y éstos, a su vez, a …, que, finalmente, se lo ofrecen a … .
15. Los bienes de … utilizan canales de ciclo … .
16. En el caso de bienes duraderos se suele seguir un camino … .
17. … está obligado a inscribirse en el registro de la Propiedad Inmobiliaria.
18. También está obligado a abrir una cuenta corriente para … .
19. Además deberá visitar … para darse de alta … , solicitar … y pagar … .
20. Si el negocio fracasa y no paga sus deudas … .
21. Al inscribir su establecimiento en …, el empresario tendrá derecho a … .
22. En … le asesorarán y le facilitarán … .
23. ***Conteste a las preguntas:***
24. ¿Qué tipos de comercio conoce Ud.?
25. ¿Qué son canales de distribución? ¿De qué ciclos pueden ser?
26. ¿Qué tipo de canales utilizan los bienes de equipo? ¿Y los bienes de consumo?
27. ¿En qué registro está obligado a inscribirse un empresario individual?
28. ¿ Para qué se abre una cuenta corriente?
29. ¿Con qué fin el empresario deberá visitar la Delegación de la Hacienda?
30. ¿Qué significa “la responsabilidad ilimitada ante terceros”?
31. ¿Qué derechos tiene el empresario individual?
32. ***Explique la diferencia entre:***

comercio interior / comercio exterior

comercio al por mayor / comercio al por menor

canales de ciclo corto / de ciclo largo

bienes de consumo / bienes de equipo

productos perecederos / productos duraderos

pago / ingreso

1. ***Dibuje un esquema de canales de comercialización para diferentes tipos de productos.***
2. ***Relate el texto según el plan:***

1. Clases de comercio.

2. Tipos de canales de comercialización.

3. Obligaciones del empresario individual.

4. Sus derechos.

1. ***Escriba una ponencia sobre el comercio exterior de nuestro país, utilizando las expresiones siguientes:***

los principales socios comerciales, establecer relaciones comerciales con, intercambio de mercancías, los rubros principales de las exportaciones/importaciones, exportar/importar en grandes cantidades, cifra de negocios, volumen de facturación, fomentar la cooperación

1. ***Lea la información siguiente y aprenda qué estructura tienen las cartas comerciales:***

**Estructura de la carta comercial.**

La carta comercial se estructura en varias partes claramente diferenciadas y sigue patrones o formatos establecidos.

*Partes de la carta comercial:*

*Encabezamiento:* comprende membrete, lugar y fecha de emisión, destinatario, asunto o referencia y saludo.

*Cuerpo de la carta:* texto en el cual se incluye la introducción, desarrollo o ideas fundamentales y párrafo de cierre, despedida, antefirma y firma.

El texto de la carta es el conjunto de párrafos que explica el asunto o motivo por el cual fue escrita la carta, se recomienda que los párrafos sean cortos escritos con lenguaje claro, preciso, natural y espontáneo. En el primer párrafo se plantean las ideas preliminares del asunto; los párrafos siguientes explican en orden lógico, la idea central de la carta. Se recomienda tratar sólo un asunto en cada carta; si es necesario abordar dos o más deben tener estrecha relación. El texto debe finalizar con un párrafo corto que sintetice la exposición de lo tratado

El anexo se utiliza cuando a una carta la acompaña uno o varios documentos adjuntos, estos deben mencionarse en una nota de anexos. Se escriben en el margen izquierdo a uno o dos espacios verticales debajo de las iniciales identificadores.

***17. Relacione cada parte de la estructura de una carta comercial con los fragmentos del contenido dados a continuación:***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **1. Membrete** |  |
|  |
| **2. Datos del destinatario** |  | **3. Lugar y fecha** |
|  |  |  |
| **4. Saludo** |  |  |
|  |
| **5. Cuerpo de la carta** |
|  |
| **6. Despedida** |  |  |
| **7. Anexo** |  | **8. Firma** |

 **a)** Estimado Sr. Gerente

 **b)** Juan Manuel Bonavente

 Gerente de Estructuras metálicas, S.A.

 **c)** Sin otro particular, reciba un cordial saludo .

 **d)** Estructuras metálicas, S.A.,

 C/ Ruiz de Alarcón, 1, Madrid

 + 34 916 939 042

**e)** Me permito ponerme en contacto con Usted para darle a conocer nuestra empresa Estructuras metálicas, S.A.

Estamos especializados en la construcción de estructuras de acero para naves industriales. Aunque es una empresa de reciente creación, contamos con una experiencia de más de 10 años en el sector.

Nos gustaría saber si están interesados en la visita de nuestro director comercial, en la fecha y hora que Usted elija, para que conozca más en profundidad nuestra compañía.

**f)** Adjunto la lista de los servicios que ofrece nuestra empresa.

**g)** Sr. Federico González

C/ Las Nieves, 12, 28912, Madrid.

**h)** Madrid, 15-04-2011

***18. En cada carta comercial se utilizan formas especiales para saludar, despedirse o hacer introducción. Lea las siguientes expresiones y clasifíquelas según las funciones que desempeñan en la carta comercial:***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Saludo*** | ***Introducción*** | ***Despedida*** |

Agradecemos su gentil colaboración

Agradecidos por su atención, le enviamos un cordial...

Apreciado cliente

Atentamente

Confirmando nuestra carta de...

Cordialmente

Distinguida señora

En espera de sus noticias le saludamos...

En respuesta (Conforme) a su carta de...

Estimado Señor

Les agradeceríamos nos informaran acerca de...

Muchas gracias por su amabilidad y rápida acción

Nos despedimos atentamente y esperamos su respuesta

Nos es grato comunicarle...

Para nosotros es un gusto servirle.

Respetuosamente

Rogamos nos disculpen por las molestias que les hemos ocasionado...

Según (Contrariamente a) lo convenido...

Sentimos (Lamentamos) tener que comunicarles...

Tenemos el deber de avisarle... (informarle...)

Tenemos el gusto de comunicarles...

**Unidad II. SOLICITUD DE EMPLEO. RECURSOS HUMANOS**

* 1. ***Lea dos diálogos y tradúzcalos:***
* Pase, pase, por favor. Aquí tengo su CV. A primera vista parece interesante. Dice Ud. que tiene preparación suficiente.
* Trabajé como programadora en la filial IBM de Barcelona hace 3 años y después volví a Valencia para trabajar en un proyecto de desarrollo.
* ¿Tiene Ud. alguna experiencia de trabajo de consultoría?
* Tengo bastante. Trabajé para una consultoría mientras terminaba la carrera.
* Bueno, como Ud. sabe nuestra empresa pertenece a la categoría PYME. Esto significa que tenemos una plantilla bastante reducida pero del personal se espera una actitud seria y positiva. Valoramos especialmente el entusiasmo y las nuevas ideas. Nuestra consultoría se creó en 1970 y desde entonces hemos logrado ciertos éxitos. Esto se lo digo para que Ud. pueda pensar antes de aceptar el puesto que ofrecemos.
* El anuncio hablaba del ayudante del proyecto, ¿verdad?
* Exacto. Su trabajo consiste en ayudar a dirigir y organizar el trabajo de nuestro equipo de técnicos e informáticos. Nosotros pensamos en un primer contrato de prueba de seis meses.

***2. Dé equivalentes a las expresiones siguientes:***

CV (currículum vitae), иметь достаточную подготовку, работать программистом, proyecto de desarrollo, опыт работы консультантом, заканчивать учебу, pertenecer a la categoría, малые и средние предприятия, иметь довольно небольшой штат, esperar una actitud seria y positiva, особенно ценить новые идеи, добиваться успеха, aceptar el puesto, предлагать вакансию, в объявлении речь шла о…, ayudante del proyecto, ваша работа заключается, exacto, руководить и организовывать работу, equipo de técnicos e informáticos, контракт с испытательным сроком

***3. Сonstruya las frases según el modelo:***

1. ¿Tendrás preparación suficiente para ocupar este sitio? - Quizás.

Quizás tengas preparación suficiente para ocupar este sitio.

1. ¿Trabajarán en un proyecto de desarrollo? – Tal vez. 2. ¿Termina Pepe la carrera este año? – Ojalá. 3. ¿Consistirá su trabajo en ayudar a dirigir y organizar el personal? – Quizás. 4. ¿Tienen alguna experiencia de trabajo de condultoría?- Acaso. 5. ¿Le ofrecerán este puesto? – Ojalá.
2. Me ofrecen un primer contrato de prueba de 6 meses. – Es posible.

Es posible que me ofrezcan un primer contrato de prueba de 6 meses.

1. La empresa que montamos pertenecerá a la categoría PYME. – Está bien. 2. Del personal se espera una actitud seria y positiva. – Es lógico. 3. Valoran especialmente el entusiasmo y las nuevas ideas. – No creo. 4. Aceptará Ud. el puesto ofrecido. – Dudamos mucho. 5. La empresa tiene una plantilla bastante reducida. – Es extraño. 6. Trabajaremos en una consultoría. – Nos recomiendan. 7. Aceptaré este puesto. – Me aconsejan.

**4. *Por parejas, lean el diálogo siguiente, llenen los blancos con las expresiones dadas y reprodúzcanlo:***

*parece bien pagas mensuales*

*vayamos por partes contrato de prueba*

*según mis cálculos NIF(número de identificación fiscal)*

*por supuesto nómina*

*parece perfecto IRPF(impuesto sobre la renta de las personas físicas)*

*Responsable de administración: -* Para empezar podemos ofrecerle un primer … de doce meses.

*Solicitante del puesto: -* Bien*.* Actualmente tengo un sueldo superior a 16 mil euros anuales. ¿Cuánto pensaban ofrecer Ustedes?

* Bueno,… . El salario anual bruto será de 20 mil euros que dividimos en catorce … . También hay dos pagas extraordinarias.
* ¡Qué bien! ¿Cuándo se hacen?
* En diciembre y en junio.
* … .
* Sí. Pero, como Ud. sabe, su salario bruto estará sujeto a una retención del … que es del 15%.
* Ah, …, me quedará un sueldo neto de 17 mil euros.
* Exacto.
* No está mal. ¿Estaré en … ?
* … . Su contrato es por cuenta ajena.
* ¿Y las horas extras?
* Se pagan un 50% más que las ordinarias.
* … .
* Pues, quiere darme su … y unos datos personales más.
1. ***Traduzca al español:***
2. Наша фирма относится к категории малых и средних предприятий.
3. Это предприятие имеет небольшой штат сотрудников.
4. От персонала ожидают серьезного и позитивного отношения.
5. Я Вам это говорю, чтобы Вы подумали перед тем, как согласиться занять место, которое мы Вам предлагаем.
6. Мы особенно ценим энтузиазм и новые идеи.
7. Эта консалтинговая компания была создана в 1970 году и с тех пор добилась значительных успехов.
8. Мы хотим предложить Вам контракт с испытательным сроком на год.
9. Сейчас моя зарплата превышает 24 тысячи евро в год.
10. В декабре и июне выплачиваются две дополнительные зарплаты.
11. Как Вам известно, из вашей зарплаты будет удерживаться подоходный налог.
12. По моим подсчетам я буду получать чистыми 17 тысяч евро в год.
13. Сверхурочные часы оплачиваются на 50% больше обычных.
14. ***Comonga diálogos para la situación siguiente:***

**Una entrevista de admisión al trabajo**

La empresa española IBERMUEBLE tiene vacante el puesto de responsable del Departamento del Comercio Exterior y ha insertado en el periódico su anuncio de oferta de trabajo. En respuesta al anuncio han llegado varias cartas de los candidatos. El Jefe de personal ha seleccionado a 2 candidatos para entrevistarlos. Durante la entrevista los participantes hacen preguntas y contestan sobre:

titulación, experiencia, idiomas, tareas a desarrollar, cualidades profesionales, remuneración y otras ventajas anexas. Una vez finalizada la entrevista el administrativo presenta sus argumentos a favor y en contra de cada candidato y escoge al más conveniente.

1. ***Lea el texto y apunte las expresiones clave:***

**Recursos humanos**

La planificación de los recursos humanos consiste en desarrollar una estrategia que permita a la organización cubrir sus futuras necesidades de estos recursos.

No se puede efectuar la planifícación de los recursos humanos sin tener una visión clara de las capacidades y los grados de cualificación que tienen los empleados actuales y los que han de tener los empleados futuros. Existen tres técnicas útiles para conseguir esta información: el análisis del puesto de traba­jo, su descripción, y su especificación.

Una cosa es saber las necesidades y otra cubrirlas con personas que tengan las cualidades requeridas. El reclutamiento comienza proyectando una imagen pública que atraiga personas cualificadas. Todo lo que hace laempresa se refleja en su imagen e influyeen el éxito del reclutamiento. Éste se puede realizar en el interior de la propia empresa o en el exterior.

Una vez que se dispone de candidatos, el siguiente paso es determinar quién es el, que mejor se adapta al puesto de trabajo. Generalmente, el proceso de selección sigue varios pasos, tras cada uno de loscuales quedan menos candidatos, hasta el paso final, en el cual sólo ha de quedar la persona que ocupará el puesto. Algunas organizaciones consideran que el proceso es dema­siado largo y caro y saltan algunos pasos, pero el proceso completo sigue las siguientes fases:

1. Entrevista preliminar.

 2. Solicitud de empleo.Prácticamente todas lasempresas piden a los can­didatos que cumplimenten un modelo de solicitud de empleo porque es un buen instrumentopara obtener datos sobre su formación, experien­cia, aspiraciones y referencias personales.

3. Realización de tests.Con ellos se trata de determinar la capacidad de la persona, su aptitud, conocimientos, personalidad, etc. Su principal misión es conseguircierta objetividad.

4. Contrastación de las referencias. Si un candidato supera los tests, la empresa contrastasus referencias para comprobar su nivel de forma­ción. Algunas empresas lo hacen antes de las entrevistas a las que se refiere la siguiente fasey otras lo hacen después. En ocasiones, se solicitan cartas de recomendación, pero no son de gran utilidad, pues no suelen contener datos negativos.

5. Entrevista personal. Casi todas las empresas utilizan la entrevista para seleccionar el personal. Algunas prefieren las entrevistas estructuradas y otras las no estructuradas. Las primeras siguen un formato estableci­do previamente; es decir, el entrevistador formula las preguntas de un cuestionario en el que va anotando las respuestas. Las no estructuradas son entrevistas más espontáneas en las que se formulan preguntas de tipo general con objeto de que el candidato termine revelando cosas sobre sí mismo.

 6. Revisión médica. Se ha de asegurar de que el empleado es capaz físicamente de realizar el trabajo.

 Si la decisión final es afirmativa, la empresa hace una oferta formal al candidato en cuanto al salario y otras ventajas y condiciones.

**Vocabulario:**

grado — степень, уровень

puesto de trabajo — рабочее место

especificación — спецификация, требования, инструкция

cubrir las necesidades — удовлетворять потребности

reclutamiento — набор (персонала), наем, вербовка

paso — шаг, ход

saltar — зд. опускать

entrevista preliminar –— предварительное собеседование

solicitud de empleo — заявление (запрос) о приеме на работу

cumplimentar — заполнять

formación — образование

aptitud — пригодность, склонность, способность

referencia — отзыв, рекомендация

contrastar — проверять, сверять, сопоставлять

contener datos — содержать данные

seleccionar — отбирать

establecer previamente — установить заранее

cuestionario — анкета, опросник

revelar — выявлять

revisión — зд.осмотр

ser capaz — быть способным

oferta — предложение

salario — зарплата

1. ***Busque en el texto los equivalentes españoles:***

осуществлять планирование человеческих ресурсов, удовлетворять будущие потребности, иметь четкое представление, анализ рабочего места, привлекать квалифицированный персонал, набор персонала, следующий шаг, отражаться на имидже предприятия, заявление о приеме на работу, предварительное собеседование, сопоставлять отзывы, запрашивать рекомендательные письма, использовать собеседование для отбора кандидатов, заранее установленная форма, вопросы анкеты, медосмотр, окончательное решение, делать официальное предложение

1. ***Según la información del texto, elija si las siguientes afirmaciones son falsas o verdaderas:***
2. La planificación de los recursos humanos consiste en desarrollar una estrategia que permita a la organización revelar las necesidades de estos recursos.
3. La imagen de la empresa no influye mucho en el éxito del reclutamiento.
4. Algunas empresas consideran que el proceso de selección es caro y contratan al primer candidato presentado.
5. El candidato debe cumplimentar un modelo de solicitud de empleo.
6. La principal misión de los tests es obtener los datos sobre la formación del candidato, su experiencia, etc.
7. Las cartas de recomendación son de gran utilidad, pues suelen contener datos negativos.
8. En las entrevistas estructuradas el entrevistador formula las preguntas de un cuestionario preparado previamente.
9. La revisión médica es el primer paso en la selección del personal porque las empresas no quieren contratar a las personas enfermas.
10. Finalmente la empresa hace una oferta formal al candidato en cuanto al salario y otras ventajas y condiciones.
11. ***Complete las frases según el contenido del texto:***
12. Existen tres técnicas útiles para determinar las capacidades y los grados de cualificación de los empleados actuales y futuros. Son … .
13. Se puede realizar el reclutamiento en … o en … .
14. Una vez que se dispone de candidatos, el siguiente paso es … .
15. Tras cada paso quedan menos candidatos, hasta el paso final, en el cual … .
16. … determina la capacidad de la persona, su aptitud, conocimientos, etc.
17. Si un candidato supera los tests, la empresa … .
18. … son más espontáneas y permiten al candidato revelar cosas sobre sí mismo.
19. La revisión médica asegura que … .
20. Si la decisión final es afirmativa, la empresa hace … .
21. ***Conteste a las preguntas:***
22. ¿Sin qué no se puede efectuar la planificación de los recursos humanos?
23. ¿De qué depende el éxito del reclutamiento?
24. ¿Qué pasos sigue el proceso de selección del personal?
25. ¿Es importante la entrevista personal o se puede saltar este paso?
26. ¿Para qué piden las empresas a los candidatos que cumplimenten un modelo de solicitud de empleo?
27. ¿Cuál es la misión principal de los tests?
28. ¿Para qué contrastan las empresas las referencias de los candidatos?
29. ¿De qué dos tipos pueden ser las entrevistas personales? ¿Qué diferencia tienen?
30. ¿Cuándo hace la empresa una oferta formal al candidato?
31. ***Explique el significado de las expresiones siguientes:***

recursos humanos, puesto de trabajo, reclutamiento y selección del personal, solicitud de empleo, entrevista personal, cartas de recomendación, revisión médica, oferta formal

1. ***Relate el texto, utilizando las expresiones apuntadas (del ej.7).***
2. ***Escriba 10 preguntas para realizar una entrevista personal estructurada. Hágalas a su compañero que será candidato al puesto vacante del director de ventas.***
3. ***Cada persona al graduarse debe buscar un empleo. Para presentarse debe mandar su carta de presentación así como el curriculum vitae con el objetivo de hacer llegar a los directivos la más amplia información personal. Lea el ejemplo de la carta de presentación. Traduzca al ruso:***

María Gutierrez

c/ Panaderos, 12

28055 Madrid

Sr. Guillermo Torres

Director técnico del Banco BBV

C. Cervantes, 6

28080 Madrid

20 de Noviembre de 2009

Estimado Sr. Torres:

Tras leer su anuncio ofertando un empleo el pasado día 3 del presente mes en el periódico "Diario laboral", me dirijo a Ud. con el fin de enviarle mi Curriculum Vitae y de este modo aspirar al cargo de Agente de préstamos que solicita para la provincia de Madrid.

Como puede usted comprobar en el mismo, tengo una amplia experiencia en el mundo de los préstamos, ya que estuve desempeñando un trabajo similar durante los últimos 13 años en la Caixa.

Esperando que estudie mi candidatura y en espera de prontas noticias, le saluda atentamente.

María Gutierrez

Adjunto: "Curriculum Vitae"

***16. Lea el ejemplo de curriculum vitae y llene los blancos con las expresiones que se dan:***

*Directora Adjunta de Recursos Humanos licenciada*

*análisis de los puestos de trabajo master*

*contratación seguridad en el trabajo*

*la normativa vigente trabajo en equipo*

**Castillo Fernández, María Jesús**

*Dirección*: Avenida República Argentina, 21, Sevilla

*Teléfono(s):* + 34 954 38 23 12

*Correo(s) electrónico(s):* mjcasfer@gmail.com

*Nacionalidad:* española

*Fecha de nacimiento:* 14 de diciembre de 1979

**Experiencia de trabajo**

*Fechas:* de septiembre de 2005 a fecha actual

*Profesión o cargo desempeñado:* … (1)

*Funciones y responsabilidades:* Búsqueda y … (2) de profesionales necesarios, responsable de los programas de perfección profesional.

*Empresa:* Eroski

*Fechas:* de julio de 2002 a agosto 2004

*Profesión o cargo desempeñado:* Responsable de higiene y … (3). Departamento de Recursos Humanos

*Funciones y responsabilidades:* Control de cumplimiento de … (4) de seguridad e higiene en el trabajo, … (5) en lo que se refiere al impacto en el organismo humano.

*Empresa:* Ebro Puleva

**Educación y formación**

*Fechas:* de 2001 a 2003

*Título:* … (6) en Dirección de Empresas.

*Centro de estudios:* Universidad de Barcelona.

*Fechas:* de 1996 a 2000

*Titulo:* … (7) en Recursos Humanos

*Centro de estudios:* Universidad Complutense de Madrid

**Capacidades y competencias personales**

*Idioma(s):* Inglés – nivel alto (hablado y escrito). Chino – nivel intermedio (hablado y escrito).

*Capacidades sociales:* Capacidad de … (8), desarrolladas capacidades comunicativas

*Capacidades organizativas:* Dotes de planificación y dirección del trabajo en grupo

*Capacidades informáticas:* Buen manejo de ordenadores (base de datos, tratamiento de textos, Internet)

***17. Lea el anuncio de empleo y según lo aprendido en los ejercicios anteriores redacte una carta de presentación para poder acceder a este trabajo y su propio currículum vitae.***

ADMINISTATIVA-CONTABLE

Se precisa administrativa, ingles alto, preferible en el sector de la construcción o inmobiliario, que domine contabilidad, de entre 20-24 años para nueva oficina, imprescindible buena presencia, salario fijo más comisiones altas, interesadas envíen curriculum vitae al email … .

**Unidad III. LLAMADAS TЕLEFÓNICAS. EMPRESA**

* 1. ***Lea dos diálogos y tradúzcalos:***

***\*\*\****

* Buenos días. Dígame.
* Buenos días. ¿Podría hablar con el señor López, por favor?
* ¿De parte de quién?
* De parte de Alex Smirnov, vicedirector de la compañía Termix.
* Sí, señor. Ahora se lo pongo. …
* … ¡Hola! Buenos días, señor Smirnov. ¿Cómo está Ud.?
* Buenos días, señor López. Le llamo para confirmar mi visita de mañana y fijar la hora.
* Bueno, es que a las 10 tengo una reunión que va a durar hasta las 11 y media. A las 12 estaré a su disposición. ¿Le parece bien?
* Muy bien. Entonces mañana a las 12 nos vemos en su oficina.
* De acuerdo. Muy amable por su parte. Hasta mañana.
* Hasta mañana.

\*\*\*

- ¡Hola! ¡Buenas tardes! ¿Es la empresa Ibermuebles?

- Sí. Buenas tardes.

- Quisiera concretar cómo son los trámites para hacerles un pedido.

- Son normales. Mire, una vez recibida su nota de pedido, hacemos los cálculos y le mandamos la pro-forma de la factura. En cuanto Ud. la confirme, el pedido estará aceptado para la ejecución.

- ¿Cuánto tiempo se tarda en cumplir el pedido?

- Entre recibir la carta de pedido y recibir la confirmación del cliente pueden pasar 3 ó 4 días.

- ¿Y en cuánto a la ejecución del envío?

- Los envíos se hacen en dos semanas.

- Muy bien. Ahora todo se queda claro. Y para hacer un primer pedido a título de prueba ¿existe algún límite mínimo de lote?

- Normalmente la cantidad mínima del pedido son 2 mil unidades.

- En la lista los precios están indicados en los términos “ex-works”, ¿cierto?

- Sí, son precios franco fábrica.

- Muchas gracias y hasta luego.

- Gracias a Ud. por su llamada. Hasta luego.

* 1. ***Dé equivalentes a las expresiones siguientes:***

cлушаю (говорите), от чьего имени, сейчас я вас соединю, подтвердить визит, fijar la hora, estar a la disposición de, очень любезно с вашей стороны, de acuerdo, делать заказ, уточнить формальности, mandar la pro-forma de la factura, сделать расчет, подтвердить заказ, принимать к исполнению, ejecución del envío, пробный заказ, indicar en la lista de precios, минимальное количество партии

* 1. ***Сonstruya la frase según el modelo:***

***Мodelo:*** *La reunión termonará y estaré a su disposición. – Estaré a su disposición en cuanto termine la reunión.*

1. Confirmarás la visita y fijaremos la hora. 2. Ud. nos mandará su nota de pedido y haremos los cálculos. 3. Ud. confirmará la pro-forma de la factura y el pedido estará aceptado para la ejecución. 4. Recibiremos la confirmación del cliente y enviaremos las mercancías. 5. Consultaré los precios y haré el primer pedido a título de prueba. 6. Sabrás todos los trámites y haremos el pedido.

* 1. ***Сomponga un diálogo utilizando las expresiones siguiеntes:***

Diga, tener una cita con el director, ponerme en contacto con, en seguida, aplazar la entrevista, estar en un atasco, llegar dentro de media hora, tener programado todo el día, no pasa nada, seguir en la oficina hasta las 3 de la tarde, muy amable, gracias por su llamada

5. ***Traduzca al español:***

1. Я Вам звоню, чтобы подтвердить нашу завтрашнюю встречу и назначить для нее время.

2. В 11 часов у меня собрание, а в 12 я буду в вашем распоряжении.

3. Мы высылаем Вам для подтверждения счет-проформу.

4. Как только вы подтвердите счет-проформу, ваш заказ будет принят к исполнению.

5. Поставки осуществляются в течение 2 недель.

6. Сколько длится выполнение заказа?

7. Для первого пробного заказа минимальная партия товара – 1тыс. единиц.

8. В прайс-листе указаны цены «франко-завод».

***6. Lea el texto y componga el plan para describir las sociedades limitadas:***

**Tipos de sociedades mercantiles**

Existen varios criterios para diferen­ciar los determinados tipos de empresas. Los más importantes se refieren a su tamaño y a su organización jurí­dica Así se puede diferenciar entre empresas pequeñas, medianas y grandes, por una parte, y empresas individuales y sociales, por otra.

*Sociedades Limitadas*

Cuando un empresario individual pasa a constituir una so­ciedad limitada, puede hacerlo con otros socios, o puede ha­cerlo solo. Lo normal es que los empresarios cons­tituyan la sociedad al menos con los miembros más cercanos de su familia. A la hora de escoger la mejor decisión hay que tener en cuenta factores de tipo fiscal.

Todas las sociedades deben nombrar un administrador, o más de uno. Si son varios pueden formar un conse­jo de administración. Los administradores son los que actúan en nombre de la sociedad, la representan ante terceros y se responsabilizan de que la sociedad vaya a respetar las leyes.

Los administradores pueden ser *partícipes* del capital de la sociedad limitada, es decir, dueños de la empresa, o no serlo.

En cuanto al capital, la sociedad siempre tiene un capital concreto, que primero se fija cuan­do se constituye, y que si se aumenta o disminuye con pos­terioridad, se debe hacer ante un notario. Ese capital lo ponen los socios que constituyen esa sociedad, sea en dinero contante y sonante,sea aportando algún bien a la sociedad (por ejemplo locales, máquinas, una marca, un diseño, etc.). El capital queda entonces repartido entre los socios. Puede ser todo de una sola persona (el 100% del capital), o estar repartido entre 5 socios, al 20% cada uno, por ejemplo. Pue­de haber socios que aporten más y otros menos. El reparto es totalmente libre. Pero los socios que tengan un mayor porcentaje del capital tendrán más derechos, es decir, serán más dueños, y mandarán más. No hay limitación legal en el número de socios, aunque las sociedades con muchos socios, por ejemplo a partir de 50, es preferible que sean sociedades anónimas.

 El capital mínimo que se debe desembolsar para crear una sociedad limitada es de 3.000 euros. No hay un límite máximo. A cambio del capital, los socios de la sociedad limitada, reciben títulos de propie­dad sobre una parte del mismo que se llaman “participa­ciones”. Por eso a los socios de una sociedad limitada se les llama “partícipes”. No accionistas. Las participaciones de una sociedad limitada son siempre nominativas, es decir, van a nombre de alguien. La sociedad está obligada a llevar un libro de registro de sus socios, de modo que siempre se sepa quiénes son los socios de la sociedad en cada momento.

Los dueños de las sociedades no responden con su patrimo­nio de las deudas de la sociedad, sólo con el capital aportado.

Pueden ser sociedades limitadas la empresa que hace la limpieza en un colegio, la panadería donde se com­pra el pan, la constructora que rehabilita casas, la organizadora de conciertos, o el restaurante, por ejemplo.

**Vocabulario:**

diferenciar — различать, выделять

empresa social — предприятие в форме общества

constituir una sociedad limitada — учреждать ООО

nombrar — назначать

partícipe — пайщик, участник (товарищества, общества)

participación — пай, доля

repartir — делить, распределять

socio — член (товарищества, общества)

sociedad anónima — акционерное общество

desembolsar — оплачивать, выплачивать

título — финансовый документ, ценная бумага

aportar — вносить, делать вклад

nominativo — именной

rehabilitar — восстанавливать, ремонтировать

***7. Busque los equivalentes en el texto o en el diccionario:***

размер предприятия, empresa mediana, constituir una sociedad limitada, индивидуальный предприниматель, в момент выбора оптимального решения, планировать создать общество, factores fiscales, соблюдать законы, partícipe, назначить управляющего, consejo de administración, представлять интересы общества перед третьими лицами, что касается капитала, ante un notario, вносить капитал в форме денег или другого имущества, dinero contante y sonante, разделен между участниками, больше прав, нет ограничений по закону, títulos de propie­dad, доля, именной, нести ответственность по долгам предприятия, llevar el libro de registro, осуществлять уборку, panadería

1. ***Según la información del texto, elija si las siguientes afirmaciones son falsas o verdaderas:***
2. No pueden existir las sociedades limitadas de un único socio según establece la ley.
3. A la hora de escoger la mejor decisión hay que tener en cuenta factores de tipo fiscal.
4. Los dueños de una S.L. responden con su patrimo­nio de las deudas sociales.
5. Todas las sociedades limitadas deben formar un conse­jo de administración.
6. Los administradores son los que actúan en nombre de la sociedad, la representan ante terceros.
7. Se puede aportar el capital sólo en forma de dinero.
8. El capital queda repartido entre los socios siempre en proporciones iguales.
9. Las participaciones de una sociedad limitada son siempre nominativas, es decir, van a nombre de alguien.
10. Los socios de una S.L. se llaman partícipes o accionistas.
11. ***Complete las frases:***
12. Cuando un empresario individual pasa a constituir una S.L., … .
13. A la hora de escoger la mejor decisión hay que … .
14. … son los que actúan en nombre de la sociedad, la representan ante terceros.
15. … se debe hacer ante un notario.
16. El capital puede ser todo de una sola persona o … .
17. Los socios que … tendrán más derechos, es decir, serán más dueños.
18. A cambio del capital, los socios de la sociedad limitada reciben … .
19. La sociedad está obligada a … , de modo que siempre se sepa … .
20. Los dueños de las sociedades no responden con … .

***10. Conteste a las preguntas:***

1. ¿Según qué criterios se puede diferenciar las empresas?

2. ¿Cuál es la función de los administradores en una S.L.?

 3. ¿Cómo se aporta el capital social?

 4. ¿Por qué a los socios de una sociedad limitada se les llama “partícipes”?

 5. ¿Cómo son las participaciones de una sociedad limitada?

6. ¿Hay limitaciones mínimas y máximas del capital para aportar?

 7. ¿Con qué responden los socios por las deudas sociales?

***11. Relacione las palabras con las definiciones que se dan a continuación:***

*a) Empresario d) Partícipe*

*b) Capital e) Negocio*

*c) Socio f) Gerente*

1. Titular, propietario o directivo de una industria, negocio o empresa.

2. Factor de producción constituido por inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, que, en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo, se destina a la producción de bienes.

3. Persona que aporta capital a una empresa o compañía, poniéndolo a ganancias o pérdidas.

4. Que tiene parte en algo, o entra con otras a la parte en la distribución de ello.

5. Persona que lleva la gestión administrativa de una empresa o institución.

6. Aquello que es objeto o materia de una ocupación lucrativa o de interés.

***12. Relate el texto según el plan compuesto en el ej.6.***

***13. Lea el siguiente diálogo, fíjese en las peculiaridades de la Sociedad Anónima y haga una característica escrita de este tipo de sociedad:***

*Corresponsal: -* Buenos días, señor García. Soy Iván Petrov, corresponsal de la agencia BELTA de Bielorrusia. Mucho gusto.

*Gerente de una S.A. española: -* El gusto es mío.

*C.* **-** En vísperas de la visita de un grupo de empresarios españoles a Bielorrusia, quisiera hablar con Ud. sobre las Sociedades Anónimas españolas para hacer familiarizar a los empresarios bielorrusos cómo son y cómo funcionan las S.A. en España. ¿Qué empresas suelen ser S.A.?

*G.* **-** Pues,generalmente las grandes empresas, los bancos, las compañías de seguros, todas ellas suelen ser sociedades anónimas. Por ejemplo: El Banco Santander, S.A., ZARA (que se llama Inditex, S.A.), Cola-Cao (que se llama Nutrexpa, S.A.)

*C.* **-** ¿Qué capital mínimo y cuántos socios pueden tener las sociedades anónimas españolas?

*G.* **-** Bueno, el capital mínimo que debe poseer una S.A. es de 60.102,21 euros, y fíjese que no tiene un límite máximo de capital y lo de los socios, pueden tener desde un único socio a millones de ellos.

*C.* **-** Por favor, explique, ¿cómo queda dividido el capital?

*G.* **-** El capital está dividido en acciones. Por ejemplo, un capital de 1.000.000 euros, dividido en 10.000 acciones de 100 euros cada una. Las acciones pueden ser nominativas, como las de las sociedades limitadas, o pueden ser “al portador”, es decir, que no hace falta que lleven escrito el nombre de su dueño, sino que son de quien las tenga, de quien “las porte” (por eso se llaman "al por­tador"), son como billetes de banco, y se pueden comprar y vender de manera más fácil. Las acciones de las grandes empresas que cotizan en la Bolsa son todas “al portador”, por ejemplo, las acciones de Telefónica, S.A.

*C.* **-** ¿Cómo podría caracterizar las S.A.?

*G.* **-** Las S.A. suelen ser las empresas más profesionalizadas, grandes, complejas, con muchas categorías de personal y numerosos departamentos, y con muchos accionistas.

*C.* **-** ¿Por qué este tipo de sociedades se llama la S.A.?

*G.* **-** Las S.A. tienen accionistas, algu­nas de ellas tienen miles (e incluso millones) de accionistas. Muchos de ellos “anónimos”, porque al tratarse de acciones al portador no se sabe quiénes son, y es por eso que se lla­man “sociedades anónimas”, porque son un tipo de sociedad que permite que su negocio se desarrolle normalmente sin preocuparse mucho por quiénes son sus dueños.

*C.* **-** ¿Cómo se dirigen las S.A.?

*G.* **-** En muchas sociedades anónimas los que mandan de verdad en la em­presa son los administradores, más que los accionistas. Esos administradores se reúnen en el consejo de administración, y deciden lo que la empresa debe hacer. Algunos adminis­tradores son también accionistas, pero otros no lo son.

*C.* **-** Si comparamos la gerencia con otras sociedades, ¿en que se diferencia?

*G.* **-** Así como en las empresas individuales y en la mayoría de las sociedades limitadas, la persona con más poder de la empresa suele ser el propietario único o mayoritario de la misma en muchas sociedades anónimas las personas con más poder suelen ser el presidente o el consejero delegado, e incluso a veces el director general. Al­gunos de los cuales no tienen ni una acción de la empresa.

***14. Llene los blancos con las palabras que se dan a continuación y formule la idea principal del texto:***

*a) pequeñas l) beneficio*

*b) suma m) dinero*

*c) balance n) expectativas*

*d) pasado o) futuro*

*e) presente p) valor*

*f) rentabilidad q) multinacional*

*g) capital r) tamaño*

*h) productos s) malas*

*i) industriales t) desconocidas*

*j) éxito u) a partir*

*k) acertado*

**¿Cómo se sabe cuánto vale una empresa?**

Las empresas pueden ser grandes o … (1) , comerciales o … (2), familiares o no, famosas o … (3), pero la mejor clasificación que se puede ha­cer es entre buenas o … (4).

No se puede juzgar a una empresa por su … (5), o por el tipo de … (6) que vende, o por ser … (7), o por su … (8), por ejemplo. Sólo se puede juzgarla por la … (9) que dé, de manera recurrente, año a año, a sus propietarios. Y esa rentabilidad se plasma en el … (10).

Una empresa vale en función de la rentabilidad que ha dado a sus propietarios en el … (11), de la que le da en el … (12), y, sobre todo, de la que les dará en un … (13).

El valor de una empresa es, pues, la expresión del … (14) de esa empresa.

Ese valor se puede calcular … (15) de dos cosas:

1. Su … (16) actual

1. Sus … (17)

El valor de una empresa es una … (18) de lo que vale hoy (que está en su balance), más las expectativas que tiene de seguir generando … (19) para el accionista (que están en sus Previsiones de Futuro).

Saber cuál es el valor más … (20) de una empresa, es decir, el multiplicador más adecuado del … (21) actual, no es fácil.

***15. Prepare una breve descripción de la empresa en que trabaja Ud., utilizando como modelo la información siguiente:***

*Telecon, S.A.* es una empresa líder a nivel mundial en el sector de las telecomunicaciones y de la electrónica. Se dedica tanto a la fabricación de productos, como a la concepción y elaboración de sistemas de instalaciones eléctricas y electrónicas. Tiene una plantilla de 570.000 empleados. Se trata de una sociedad anónima (S.A.) en la que el capital está dividido en acciones. Opera en España desde hace años y tiene una gran importan­cia en países latinoamericanos donde ejerce un papel fundamental en el ámbito de las telecomunicaciones. En la actualidad, trabaja en un proyecto de vía digital e Internet con países latinoamericanos.

***16. El éxito de cada empresa depende de la venta de sus artículos, por eso hay que saber hacer la oferta de sus productos. Lea la siguiente carta oferta, llene los blancos con las palabras que se dan a continuación y tradúzcala al ruso:***

*a) trato c) ofreciendo e) equipado g) descuento*

*b) adelantarse d) a diferencia f) seguridad*

Sillas La Australiana S.A.

Plaza mayor, 32, Madrid

12 de Diciembre de 2010

Sr. D. Alfonso Pérez Arenisca

Muebles Enrique Noveno

C. Bienvenidos, 21, Madrid

Muy señor nuestro:

Queremos darle el … (1) de preferencia que usted se merece y … (2) a la nueva temporada … (3) a nuestros mejores clientes la novedad en sillas de lujo para el año 2011.

Queremos presentarle el último modelo de la TRONO 6000 que … (4) del modelo anterior viene … (5) con vibro masaje, eleva piernas y acceso a Internet sin cables.

Tenemos tal … (6) en que le interesará nuestra oferta que nos hemos adelantado al enviarle un lote con 20 sillas, que por cortesía, vienen con un 35 % de … (7). Le agradecemos nos comunique cuando las reciba.

Le saluda con afecto

Vicente Blanco

Director comercial de Sillas La Australiana

***17. Redacte una carta-oferta de artículos o servicios que vende la empresa en que trabaja Ud.***

**Unidad IV. NEGOCIACIONES. CONTRATO**

1. ***Lea el diálogo y tradúzcalo:***
* Hoy tenemos que negociar las condiciones básicas del contrato.
* Son cláusulas de entrega y la de pago, ¿verdad?
* Sí, por supuesto.
* Vayamos por partes. En cuanto a las entregas, siempre las efectuamos dentro del plazo de 3 semanas a partir de la fecha de confirmación del pedido. En el caso de mutuo acuerdo podemos adelantarlas pero nunca las retrasamos. Y en cuanto al pago, debe ser adelantado cien por cien.
* ¿Y qué moneda utilizaremos para efectuar los pagos?
* Lo práctico para nosotros es elegir euro o dólar. En la lista tenemos los precios indicados en estas divisas.
* Bueno, entonces preferimos que sea euro. ¿Le parece?
* Perfecto. En la pro-forma ponemos precios “franco fábrica” en euros.
* ¿Y qué modalidad de pago prefieren Uds.?
* Creemos que la forma más conveniente para las dos partes es un crédito documentario. Y mejor que sea confirmado e irrevocable, extendido por un banco de Londres.
* ¿Podemos hacer la primera transferencia del 30 por ciento del valor total del pedido contra la presentación de la factura pro-forma? Y después el resto del pago lo efectuaremos contra la presentación de los documentos de entrega. ¿Puede ser?
* Sí. Es aceptable, pero el pago debe ser cancelado sin demoras. Cuando recibamos la notificación del banco sobre la apertura del crédito documentario procedemos a ejecutar el pedido.
* Bueno, ya hemos pactado lo principal, nos quedan por configurar otras condiciones.
1. ***Dé equivalentes a las expresiones siguientes:***

обсудить основные условия контракта, статьи (пункты) контракта, что касается поставок и оплаты, efectuar entregas, a partir de la fecha de confirmación, подтверждение заказа, ускорить поставку, retrasar la entrega, денежная единица, efectuar los pagos, выбирать доллар или евро, цены указаны в …, en estas divisas, poner precios en euros, открыть аккредитив, подтвержденный и безотзывный, hacer la primera transferencia, 30% от общей стоимости заказа, contra la presentación de la factura pro-forma, по представлении отгрузочных документов, es aceptable, производить оплату (оплачивать) вовремя, la apertura del crédito documentario, приступить к выполнению заказа

1. ***Сonstruya la frase según el modelo:***

*Modelo:* El precio ofertado es un poco elevado (rebajarlo – ser más atractivo).

 Pida que lo rebajen para que sea más atractivo.

1. Los plazos de entrega son muy largos (revisarlos – ser más cortos). 2.

Los precios están indicados en dólares (indicarlos en euros – no haber confusión). 3. Las piezas de recambio son de mala calidad (sustituirlas – ser de calidad superior). 4. El crédito documentario se extiende por un banco holandés (designar otro banco – ser un banco español o inglés). 5. El banco no les ha enviado su notificación sobre la apertura del crédito documentario (enviársela – proceder a la ejecución del pedido). 6. Los precios no corresponden a los del mercado internacional (reducirlos – ser más competitivos). 7. No nos han transferido el último 30% del pago (hacerlo – cancelarse el pago). 8. Para cobrar prefieren un crédito documentario confirmado irrevocable (escoger otra forma de pago – ser menos costosa).

1. ***Сomplete el diálogo:***

- Nuestra empresa está interesada en adquirir … .

- Bueno, tenemos bastante experiencia de exportar … .

- Con ese motivo quisiéramos acordar las condiciones de … .

- Perfecto. En su caso las condiciones de entrega son … .

- ¿ … gastos adicionales de un embalaje sólido?

*-* Sí, también en el precio se incluye … .

*-* Sus precios nos parecen … en comparación con los de otros competidores.

*-* Hay que comparar también las características técnicas de los productos de competencia y … .

*-* Naturalmente, por otra parte, Uds. tienen los plazos de entrega más … .

- También ofrecemos un sistema flexible de descuentos y rebajas para … .

- Vale, sus argumentos nos convencen. Estamos listos a … .

- Esperamos que … .

1. ***Traduzca al español:***

1. Нам нужно обсудить основные условия поставки и оплаты.

2. Для нас предпочтительнее производить оплату в долларах.

3. Мы осуществляем поставки в течение 4 недель со дня подтверждения заказа.

4. Они работают на условиях 100%-ной предоплаты.

5. В случае обоюдного согласия мы можем ускорить поставку, но никогда ее не задержим.

6. Какую денежную единицу мы выберем для расчетов?

7. У нас в прейскуранте цены указаны в этих двух валютах.

8. Первый платеж вы осуществляете в размере 50% от общей стоимости заказа под представление счет-проформы.

9. Когда мы получим уведомление банка об открытии аккредитива, мы приступим к выполнению заказа.

10. Мы обсудили основные положения контракта, нам остается оговорить некоторые другие условия сотрудничества.

1. ***Comonga diálogos para las situaciones siguientes:***

Las negociaciones sobre los precios.

Las negociaciones sobre los plazos de entrega.

1. ***Lea el texto y apunte para cada tipo de contrato una frase que exprese su objeto:***

**Contratos**

*El contrato de compraventa* es un contrato que tiene por obje­tivo la transmisión del dominio de las cosas. Es el principal contrato de la vida económica empresarial. No exige ningún requisito espe­cial de forma. El contenido del contrato puede estructurarse siguiendo las distintas obligaciones de las partes, que son el vendedor y el comprador.

*Contratos de intermediación* comercial, también llamados de colaboración, se configuran como mandato mercantil. Lo esencial en ellos es la existencia de un mandato por el que una persona, el mandatario, desarrolla una actividad representando los intereses de otra, el mandante. Del tronco común de la intermediación han surgido otros contratos de colaboración: de represen­tación, agencia, comisión, mediación, etc.

*Contrato de distribución* es un contrato por virtud del cual una empresa (fabricante) se compromete a vender en exclusiva sus pro­ductos a otra empresa (distribuidor) para su reventa en un determi­nado territorio. Estos contratos pueden ser con exclusividad o no. Así, serán con exclusividad cuando una empresa se obligue a no entregar sus productos para su reventa en un territorio determinado más que a otra empresa, o cuando una empresa se obligue a no com­prar sus productos más que a otra empresa determinada con fines de reventa, o cuando ambas obligaciones sean recíprocas.

*El contrato de transferencia de tecnología* es un contrato por el cual una persona física o jurídica (transferente o licenciante) pro­porciona a otra (adquirente o licenciado) acceso a una tecnología o *know-how,* a cambio de una remuneración. El término *saber hacer* se refiere a un secreto conocimiento técnico o comercial que propor­ciona una ventaja a quien lo utiliza en el mercado, siendo elemento esencial el hecho de ser secreto.

El contrato de arrendamiento financiero (leasing) es un contrato por el que una determinada entidad financiera (la sociedad de lea­sing o arrendador) adquiere una cosa para ceder su uso durante un cierto tiempo a una persona o entidad (arrendatario), la cual habrá de pagar a la sociedad de leasing una cantidad periódica en concep­to de arrendamiento. Transcurrida la duración pactada del contrato, el arrendatario tiene la facultad de adquirir la cosa a un precio deter­minado, denominado residual, prefijado en el contrato.

El contrato de factoring es un contrato por virtud del cual una persona, el acreedor (o cliente del factor) cede los créditos deriva­dos de su actividad comercial, a otra persona, el factor, que se encarga de gestionar su cobro, a cambio de una remuneración. Las sociedades de facturación (factoring) son una modalidad especial de las sociedades de financiación. En el contrato de factoring intervienen tres sujetos: el factor, el cliente del factor y el deudor.

El contrato de franquicia (franchising) es una forma de coope­ración comercial entre dos empresas independientes por virtud de la cual una empresa (el franquiciador) concede a una o varias empre­sas (el franquiciado), mediante precio, el derecho a usar sus marcas o signos distintivos en la venta de bienes o servicios.

**Vocabulario:**

compraventa **—** купля-продажа

transmisión del dominio — передача права собственности

requisito — необходимое условие, требование

mandato — распоряжение, полномочие, доверенность

mandatario — уполномоченный, посредник

tronco — стебель, ствол

comprometerse a — брать на себя обязательство

recíproco — взаимный, обоюдный

transferencia — передача, перевод, трансферт

remuneración — вознаграждение

proporcionar — предоставлять, давать

arrendamiento — аренда

ceder — уступать, передавать, отдавать

en concepto de — в качестве чего-либо, в порядке чего-либо

facultad — *зд.* право

residual — остаточный

por virtud de — в силу чего-либо, в следствие чего-либо

derivado — производный, вытекающий

encargarse de — брать на себя, возложить на себя

modalidad — тип, разновидность

intervenir — *зд.* участвовать

signo distintivo — отличительный знак

1. ***Busque en el texto los equivalentes españoles:***

иметь целью, договор купли-продажи, передача права собственности, требования к оформлению, представлять интересы, общий ствол, брать на себя обязательства по продаже, в силу которого, для последующей продажи в определенной зоне, контракт с эксклюзивным правом, взаимные обязательства, предоставлять доступ к…, за вознаграждение, фактор секретности, передать для использования, арендодатель, иметь право приобретения, остаточная стоимость, заранее установленный, осуществлять взимание оплаты, право использовать марку или отличительные знаки, продажа товаров и услуг

1. ***Según la información del texto, elija si las siguientes afirmaciones son falsas o verdaderas:***

1. Lo esencial en el contrato de compraventa es la existencia de un mandato.

2. El contenido del contrato de distribución puede estructurarse siguiendo las distintas obligaciones de las partes.

3. El término *leasing* se refiere a un secreto conocimiento técnico o comercial que propor­ciona una ventaja a quien lo utiliza en el mercado.

4. El franquiciado debe pagar a la sociedad de leasing una cantidad periódica en concep­to de arrendamiento.

5. Transcurrida la duración pactada del contrato, el arrendatario tiene la facultad de adquirir la cosa a un precio deter­minado, denominado residual.

6. En el contrato de factoring intervienen dos sujetos: el vendedor y el comprador.

7. El franquiciado concede a una o varias empre­sas el derecho a usar sus marcas o signos distintivos en la venta de bienes o servicios.

1. ***Diga de qué tipo de contrato se trata en las frases siguientes:***

1. El acreedor cede los créditos deriva­dos de su actividad comercial, a otra persona o entidad que se encarga de gestionar su cobro, a cambio de una remuneración.

2. No exige ningún requisito espe­cial de forma.

3. Se pro­porciona al licenciado el acceso a una tecnología o *saber hacer,* a cambio de una remuneración.

4. Se concede a una o varias empre­sas el derecho a usar sus marcas o signos distintivos en la venta de bienes o servicios.

5. Una empresa se compromete a vender en exclusiva sus pro­ductos a otra empresa para su reventa en un determi­nado territorio.

6. El mandatario, desarrolla una actividad representando los intereses del mandante.

7. Una determinada entidad financiera adquiere una cosa para ceder su uso durante un cierto tiempo a una persona o entidad, la cual pagará una cantidad periódica en concep­to de arrendamiento.

8. Es un contrato que tiene por obje­tivo la transmisión del dominio de las cosa

1. ***Conteste a las preguntas:***

1. ¿Сuál es el objetivo de un contrato de compraventa?

2. ¿Qué es lo esencial en los contratos de intermediación?

3. ¿Cuál es la función del distribuidor?

4. ¿A qué se refiere el término *saber hacer*?

5. ¿Qué se cede en un contrato de leasing (de factoring, franquicia)?

6. ¿Qué tres sujetos intervienen en los contratos de factoring?

7. ¿Qué tipo de contrato no exige ningún requisito espe­cial de forma?

1. ***Explique las funciones de los sujtos que intervienen en los contratos:***

vendedor — comprador, mandatario — mandante, distribuidor, licenciante — licenciado, arrendador — arrendatario, factor, franquiciador — franquiciado

1. ***Caracterice cada tipo de contrato.***
2. ***Componga las frases con las expresiones siguientes, consulte el iccionario si es necesario:***

confeccionar el texto del contrato, el condicionado contractual, concertar (concluir) un contrato, estipular en el contrato, pactar los precios, un contrato por el valor de …, plazo de vigencia del contrato, hacer modificaciones conforme a las observaciones, prorrogar el contrato, pasar el contrato por el registro, entrar en vigor, las partes contractuales

1. ***Haga la traducción utilizando las expresiones dadas a continuación:***

en adelante denominado, establecer las cláusulas del presente contrato, realizar por carretera, pactar cantidad y el surtido, el valor total, en condiciones franco transportista, pagos derivados del presente contrato, garantizar la conformidad de la calidad con..., en el momento en que lo firman las partes

1. Предприятие Кадекс, в дальнейшем именуемое «продавец», с одной стороны, и фирма Термикс, в дальнейшем именуемое «покупатель», с другой стороны, заключили настоящий контракт о нижеследующем.
2. Поставки товара осуществляются автомобильным транспортом.
3. Количество, качество, ассортимент и даты поставок товара определяются сторонами.
4. Общая сумма контракта составляет 500 тысяч евро.
5. Поставки осуществляются партиями по соглашению сторон на условиях франко-перевозчик Севилья.
6. Расчеты с продавцом осуществляются в форме аккредитива. Все платежи по контракту производятся в евро.
7. Продавец гарантирует соответствие товара сертификату качества.
8. Контракт становится действительным и входит в полную силу с момента его подписания.
9. ***Lea el texto del contrato y diga cómo se llaman sus cláusulas principales. Apunte las expresiones clave para cada cláusula empezando del preámbulo.***

***MODELO DE UN CONTRATO DE COMPRAVENTA***

***INTERNACIONAL***

Conste por el presente documento, el contrato de COMPRAVENTA INTERNACIONAL que celebran de

una parte ....................................................., con RUC N° ..................................., inscrita en los

Registros Públicos de ............................., Ficha N° ..................................., debidamente representada

por su ........................................, señor ........................................., identificado con Libreta Electoral N°

............................, a quien en adelante se le denominará EL VENDEDOR; y de la otra parte, la empresa

..............................................................., con domicilio en ........................................................,

debidamente representada por su ............................., señor .................................................., identificado

con .............................., en adelante EL COMPRADOR, en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERA: Objeto del contrato

Mediante el presente documento, las partes convienen en celebrar una compraventa internacional de

mercaderías, las cuales deberán cumplir con las condiciones siguientes:

MERCANCÍA

CANTIDAD

CALIDAD

ESPECIFICACIONES

(de no haber espacio suficiente, se hará eso de Anexos que formarán parte del contrato).

SEGUNDA: Precio

El precio de la mercadería descrita en la cláusula anterior asciende a la suma de .......................(señalar

el monto y la moneda pactada).

TERCERA: Condiciones de entrega

Las partes acuerdan que la venta pactada a través del presente contrato se hará en términos

.....................(señalar el término de entrega pactado de acuerdo a los INCOTERMS, versión 2000).

CUARTA: Tiempo de entrega

Las partes convienen en que la entrega de la mercadería objeto del presente contrato se realizará

...............................(especificar fecha o período de entrega –fecha de embarque en el caso que resulte

aplicable), fecha en la cual EL VENDEDOR deberá cumplir con esta obligación.

QUINTA: Forma de entrega

EL VENDEDOR se obliga a hacer entrega de la mercadería objeto del presente contrato en el tiempo y

lugar señalado en el mismo y cumpliendo con las especificaciones siguientes: .......................(señalar la

forma de embalaje y la expedición de la mercadería).

La forma de transporte a utilizar será bajo la modalidad de (indicar si se trata de transporte marítimo,

aéreo, terrestre o multimodal y la empresa transportista encargada).

SEXTA: Inspección de los Bienes

Las partes convienen en que la inspección de la mercadería será realizada ...............................(señalar

si antes o después del embarque y el lugar de inspección).

SEPTIMA: Condiciones de pago

EL COMPRADOR se obliga al cumplimiento del pago del precio estipulado en la cláusula segunda bajo

la modalidad de (señalar la modalidad convenida: pago a través de una cuenta bancaria abierta a favor

de EL VENDEDOR, pago a través de una Advance Account, Crédito Documentario).

FORMA DE PAGO

PLAZO DE PAGO

MEDIO DE PAGO

GASTOS BANCARIOS

CONDICIONES ESPECIALES

OCTAVA: Documentos

EL VENDEDOR deberá cumplir con la presentación de los siguientes documentos: (se hará referencia a

los documentos a ser remitidos por EL VENDEDOR de acuerdo a las condiciones de entrega que hayan sido pactadas; los cuales pueden diferir en relación a los que sean solicitados si la forma de pago es

una Carta de Crédito).

NOVENA: Resolución del Contrato Las partes podrán resolver el presente contrato si se produce el

incumplimiento de alguna de las obligaciones estipuladas en el presente contrato.

DECIMA: Responsabilidad en la Demora

(solo en caso de que se haya modificado el tiempo de entrega estipulado en el contrato. Se hará

referencia al porcentaje a pagar sobre el precio de la mercadería en función al tiempo transcurrido y por

los posibles daños que haya sufrido la mercadería).

DECIMO PRIMERA: Ley Aplicable

Las partes acuerdan que la ley para las obligaciones estipuladas en el presente contrato será la de

.......................................... (señalar el país de la ley aplicable o, de ser el caso, la Convención de las

Naciones Unidas sobre Compraventa Internacional).

DECIMO SEGUNDA: Solución de Controversias

Para los efectos del presente contrato, las partes contratantes señalan como sus domicilios los

mencionados en la parte introductoria de este documento, sometiéndose ambas partes al arbitraje del

Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional de Lima, a cuyas normas y procedimiento

se someten de manera voluntaria.

Firmado por duplicado, a los ................................................ del mes de ............. de ................ en la

ciudad de Lima.

................................................... ................................................

 EL VENDEDOR EL COMPRADOR

1. ***Lea la carta de pedido y tradúzcala prestando atención a las expresiones en cursiva:***

Arturo Pinar

c/Soria,44

21003 Vigo

Jorge Ramos

c/Mayor,35

43023 Oviedo 28 de agosto de 2012

Tenemos a bien *pasarles pedido en firme* de las pinturas que *a continuación se detallan*:

CANTIDAD COLOR PRECIO

2500 latas negro 12500

2000 latas blanco 10000

… … …

*El envío* se hará por transportes “La Rápida”, *con cargo a mi cuenta*.

*El plazo de entrega*: 4-5 semanas después del *acuse de recibo del pedido*.

*La forma de pago*, como siempre, *con una letra a 90 días*.

Quedamos a la espera de sus noticias y les saludamos atentamente.

 Administrador

1. ***Redacte una carta de pedido a base de los datos siguientes:***

300 коробок оливкового масла

Срок поставки — 2 недели

Форма оплаты — вексель к оплате в течение 30 дней

Транспорт — железная дорога (за счет поставщика)

Заказчик: Supermercados Día, c/Sol,16 SEVILLA

Адресат: Aceitera El Olivar, Polígono San Telmo, apartado 3654, JAEN

**Unidad V. ASESORAMIENTO FINANCIERO. MEDIOS DE PAGO**

1. ***Lea el diálogo y tradúzcalo:***
* *Cliente: …*También quisiera saber más información sobre los medios de pago internacionales.
* *Asesor:* Mire, técnicamente podemos decir que existen los medios de pago simples y documentarios.
* ¿Y hay mucha diferencia entre ellos?
* Bueno, los primeros no necesitan la compañía de los documentos, el pago se efectúa antes de recibir la mercancía o después.
* Uno de ellos es el cheque personal, ¿es cierto?
* Sí, pero no se olvide del cheque bancario, la orden de pago simple o la remesa simple.
* ¿Y cuándo debo elegir el pago simple frente al documentario?
* Es muy sencillo. Los medios simples se usan cuando la confianza que tenga Ud. en su cliente sea máxima, porque Ud. tiene que pagar sin haber recibido la mercancía o cobrar después de expidir los productos.
* ¿Es verdad que el cheque personal lo libra el cliente contra su cuenta corriente y el cheque bancario lo libra el banco contra la misma?
* No, no es cierto. El banco lo libra contra sus propios fondos garantizando su solvencia y autenticidad.
* Vale, vale, pero al final no te lo da el banco si no eres su cliente fiable. ¿Y la orden de pago simple?
* Es el medio de pago internacional más rápido y sencillo. Se trata de una petición que cursa el ordenante a su banco para que pague a un tercero una cantidad de dinero. El beneficiario sólo tiene que acreditar su identidad.
* ¿Y si el ordenante no da la orden?
* Es uno de los riesgos que tiene.
* ¿Y qué riesgos tiene una remesa simple?
* Es otro instrumento de cobro inseguro puesto que un exportador remite a un comprador varios efectos para qué los pague o acepte. Si no tenemos plena confianza en el cliente pueden pasar dos cosas: una es que reciba el efecto y no lo pague y la otra es que lo acepte y tampoco lo abone. *…*
1. ***Dé equivalentes a las expresiones siguientes:***

medios de pago, простые и документарные, necesitar la compañía de los documentos, cheque personal, вексельный перевод, la orden de pago, максимальное доверие к клиенту, sin haber recibido la mercancía, выдавать против своего текущего счета, librar contra sus propios fondos, гарантировать платежеспособность и подлинность, cliente fiable, давать приказ банку, ordenante, получатель, посылать платежно-расчетные документы, acreditar su identidad, акцептовать и не оплатить

1. ***Сonstruya las frases según el modelo:***

***Мodelo:*** *El librado ha pagado el importe de la letra. – Lo dudo (no llegar todavía la fecha de vencimiento).*

*Dudo que el librador haya pagado el importe de la letra. Es que no ha llegado todavía la fecha de vencimiento.*

1. El banco no le ha dado un cheque bancario. – Lo siento (ser un cliente fiable). 2. El exportador ha expedido ya las mercancías – No estamos seguros (no recibir él la notificación del banco). 3. El comprador ha pagado el efecto. – Me extraña (no querer ni aceptarlo). 4. El librador ha formulado un protesto. – No es cierto (no hacer el deudor la denuncia del impago). 5. El tomador ha reclamado el pago mediante una cuenta de resaca. – No lo creo (no formular el librador su protesto todavía). 6. En el documento no han indicado algunos requisitos. – Es posible (no comunicarles el nombre exacto del tomador).

1. ***Сomponga un diálogo entre el asesor y su cliente utilizando la información siguiente:***

Letra de cambio

En los intercambios sencillos se usan instrumentos que permiten el pago diferido de los productos. Uno de ellos es letra de cambio. Es un documento mediante el cual una persona, el librador, ordena a otra, el librado, que pague una cantidad fija a la orden de un tercero, tomador o tenedor, en una fecha y lugar determinados. El librador o acreedor puede coincidir con el tomador si el primero gira la letra contra sí mismo. Los requisitos que constan en una letra de cambio son: lugar y fecha en que se gira, fecha de vencimiento, lugar de pago, nombre del tomador y del librado, cantidad a pagar, firma del librador. La letra de cambio puede endosarse y negociarse (por el descuento). Si el librado no paga, al librador no le queda más remedio que formular un protesto. Una vez que la letra está protestada el tenedor reclama el pago mediante un documento llamado cuenta de resaca que contiene las cantidades adeudadas (nominal de la letra, gastos de protesto y recambio).

1. ***Traduzca al español:***

1. Простые средства платежа не требуют отсылки сопроводительных товарных документов.

2. Простые средства платежа используются при максимальном доверии к клиенту.

3. Банковский чек выдает банк против своих фондов, гарантируя его оплату и подлинность.

4. Приказодатель дает своему банку приказ оплатить третьему лицу определенную сумму денег.

5. Покупатель получает платежно-расчетный документ, но не оплачивает его и даже не акцептует.

6. Вексель является одним из инструментов отложенного платежа.

7. Векселедатель дает распоряжение плательщику (должнику) оплатить указанную сумму денег по приказу векселедержателя.

8. Если должник не платит, векселедателю не остается ничего другого, как опротестовать вексель.

9. После опротестования векселя векселедержатель требует оплаты посредством выставления обратного векселя.

10. Этот документ включает номинальную стоимость векселя и расходы по его опротестованию.

***6. Lea el texto y apunte las expresiones clave:***

**Medios de pago documentarios**

En el comercio internacional se suelen utilizar los siguientes medios de pago documentarios: orden de pago documentaria, remesa documentaria, crédito documentario.

El crédito documentario es el medio de pago más utilizado porque ofrece un mayor nivel de seguridad en las ventas internacionales, asegurando al exportador el cobro de su operación.

El crédito documentario es una orden que el importador da a su banco para que proceda al pago de la operación en el momento en que el banco del exportador le presente la documentación acreditativa de que la mercancía ha sido enviada de la manera convenida.

El banco del importador va a pagar si la documentación está en regla, con independencia de que en ese momento el importador tenga saldo o no. Es decir, el banco del importador garantiza la operación.

Esta documentación se ha acordado previamente entre exportador e importador, y puede consistir en: factura; certificado de origen; certificado sanitario; documento de transporte acreditativo de que la mercancía ha sido enviada; despacho de aduana acreditativo de que la mercancía ha salido del país de origen; póliza de seguro, etc.

La documentación debe ser muy precisa. Debe incluir todos los documentos que se han especificado en el crédito documentario y no puede haber ningún tipo de error, ni de fondo ni de forma. Cualquier fallo en este sentido puede llevar al banco emisor a no proceder al pago, a la espera de que los errores sean subsanados.

El procedimiento es siguiente:

El importador instruye a su banco para aperturar un crédito documentario y se lo comunica al exportador, indicándole la documentación que debe remitir.

Acto seguido, el exportador procede al envío de la mercancía al lugar convenido y, paralelamente, a través de su banco, remite al banco del importador la documentación acreditativa de que la mercancía ha sido enviada en las condiciones acordadas. El banco del importador recibe esta documentacion, comprueba que está todo en regla y procede al pago.

Hay difrentes tipos de créditos documentarios:

1. Revocable o irrevocable. Revocable: es aquél que después de su apertura y antes de haber procedido al pago, el importador puede anularlo en cualquier momento a su libre voluntad, por lo que la seguridad que ofrece es muy reducida. Irrevocable: es aquél que una vez abierto ya no se puede cancelar, lo que garantiza al exportador que si la documentación presentada es correcta, va a cobrar su venta.

2. Confirmado: en este caso un tercer banco (normalmente un banco internacional de primera fila) garantiza el cumplimiento del pago en el supuesto de que el banco del importador no lo hiciera.

3. A la vista o a plazo. A la vista: el pago de la operación es al contado, por lo que en el momento de presentar la documentación el banco del importador procede al pago. A plazo: el pago de la operación es aplazado, por lo que una vez entregada la documentación hay que esperar al transcurso del plazo acordado para recibir el importe de la venta.

Por último, hay que indicar que este medio de pago es el único que cuenta con una legislación internacional que lo regula y es vinculativa para las partes.

**Vocabulario:**

orden de pago — платежное поручение

remesa documentaria — документарное инкассо

 acreditar — гарантировать

acreditativo — удостоверяющий, свидетельствующий

convenido — согласованный, договорный

estar en regla — быть в порядке

tener saldo — иметь средства (на счете)

acordar previamente — предварительно согласовать

certificado de origen — сертификат происхождения

despacho de aduana — таможенная «очистка»

póliza de seguro — страховой полис

preciso — точный

subsanar los errores — исправлять, устранять ошибки

procedimiento — порядок осуществления (операции)

instruir — *зд.* давать указания, инструктировать

remitir — отправлять, посылать

comprobar — проверять

(ir)revocable — (без)отзывный

a libre voluntad — по своему усмотрению

cancelar — *зд.* объявлять недействительным, отменять

a la vista — с оплатой по предъявлении

al contado — наличными

a plazo — на срок, с отсроченным платежом

transcurso — течение, ход (времени)

importe — сумма, стоимость, итог

vinculativo — обязательный, имеющий обязательную силу

***7. Busque los equivalentes españoles en el texto:***

платежное поручение, документарное инкассо, подтвержденный безотзывный аккредитив, давать приказ банку, удостоверяющий отправку товара, независимо от …, банк импортера гарантирует операцию, страна происхождения, не должно быть ошибок в содержании и оформлении, исправлять ошибки, отправить документы, приступить к осуществлению платежа, отзывать по своему усмотрению, оплата наличными, отсрочить оплату, обязательный для сторон

1. ***Según la información del texto, elija si las siguientes afirmaciones son falsas o verdaderas:***

1. El crédito documentario ofrece el mayor nivel de seguridad.

2. El crédito documentario es una orden que da el exportador a su banco para que proceda al cobro de la operación.

3. El banco del importador garantiza el pago.

4. En la documentación no puede haber ningún tipo de error.

5. El exportador envía la mercancía y la documentación al banco del importador para que proceda al pago.

6. El crédito documentario revocable garantiza al exportador que va a cobrar su venta.

7. El crédito documentario es el único medio de pago que cuenta con la legislación internacional pero no es vinculativa.

***9. Complete las frases:***

1. En el comercio internacional se suelen utilizar … .
2. El crédito documentario es el medio de pago más utilizado porque … .
3. Es una orden que el importador da a su banco para que proceda al pago de la operación en el momento en que … .
4. … va a pagar si la documentación está en regla, con independencia de que en ese momento el importador tenga saldo o no.
5. En la documentación no puede haber ningún tipo de … .
6. El importador instruye a su banco para aperturar un crédito documentario y … .
7. … es aquél que una vez abierto ya no se puede cancelar.
8. En este caso un tercer banco garantiza el cumplimiento del pago en el supuesto de que … .
9. El pago de la operación es aplazado, por lo que una vez entregada la documentación hay que esperar … .

***10. Conteste a las preguntas:***

1. ¿Qué medios de pago documentarios se utilizan en el comercio internacional? ¿En qué se diferencian de los simples?
2. ¿Quién inicia la apertura de un crédito documentario?
3. ¿Qué documentos acreditativos debe presentar el exportador al banco del importador?
4. ¿Cómo debe ser la documentación?
5. ¿Qué debe hacer el exportador paralelamente al envío de la mercancía?
6. ¿Qué tipo de crédito documentario es el más seguro para el exportador?
7. ¿En qué momento se realiza el pago en los créditos documentarios a la vista y a plazo?
8. ***Represente esquemáticamente la operativa de la exportación con el uso de un crédito documentario y explíquesela a su compañero.***

***12. Explique el significado de las frases en cursiva y utilícelas para completar el texto siguiente:***

exportador, importador, letra de cambio, vencimiento, aceptar el efecto, venta al contado, aduana, gasto incurrido

Remesa documentaria

El exportador envía la mercancia al importador, no así la documentación necesaria para poder retirarla de la … o del depósito del transportista. Paralelamente envía a través de su banco al banco del importador los documentos acreditativos de la propiedad de la mercancia, junto a un documento financiero: … o pagaré. El banco del importador presenta el documento financiero a su cliente para que proceda a su pago ( … ) o a su aceptación (venta con pago aplazado). En el momento en que el importador paga o … , recibe la documentación para poder retirar la mercancía.

Este medio de pago tiene sus riesgos. En caso de que el … no pague ni acepte, el … se quedaría con la mecancía situada en el puerto o aduana de destino, con el consiguiente … y riesgo de deterioro. También puede suceder que el importador acepte la letra de cambio, pero que llegado el momento de su … no proceda a su pago.

***13. Compare los procedimientos en el caso de un crédito documentario y una remesa simple.***

***14. Prepare un informe sobre los medios de pago que se utilizan hoy día en el comercio internacional.***

***15. Para un empresario es importante saber comunicarse con las entidades financieras en el proceso del desarrollo de su actividad económica. Lea la carta de relación con la banca y tradúzcala.***

Tauller y Cía

c/Mayor, 32

72032, Soria

BANCO CASTELLANO 20 de mayo de 2011

 Señores:

 Les rogamos que abonen con cargo a nuestra cuenta corriente núm.7000076432 los seguros sociales correspondientes a los meses de abril y mayo del año en curso, que les adjuntamos.

 Les agradecemos de antemano y les saludamos atentamente.

 Dep. de Contabilidad

Anexo: seguros sociales

***16. Traduzca al español:***

А) Ув. господа!

Просим произвести оплату с нашего текущего счета № … счет-фактур №65,67 общей суммой 16000 евро. Благодарим за сотрудничество.

С уважением …

Б) Ув. господа!

Просим перевести с нашего текущего счета 10 000 евро в качестве оплаты по векселю, выставленному нам компанией Тирс, т.к. в пятницу истекает срок его погашения. Заранее благодарим.

 С уважением…

**Unidad VI. TEXTOS COMPLEMENTARIOS. COMERCIO EXTERIOR**

**El comercio exterior**

Cada país fabrica sus propios bienes y servicios, pero también escasea de algunos insumos y activos (humanos, naturales, financieros e industriales). Precisamente el intercambio que existe entre dos naciones al exportar (vender), e importar (comprar) sus productos es lo que llamamos "comercio exterior". Ni los países más ricos son autosuficientes por sí mismos, por ende, la idea es que cada uno de ellos pueda ofrecerle al otro lo que no posee o aquello de lo que carece, y viceversa, generando a su vez el bienestar y supervivencia de la población.

 La comercialización entre los países se logra promoviendo acuerdos de cooperación entre las partes, llevando a cabo reuniones frecuentes entre los diplomáticos de las regiones, intercambiando conocimientos mutuos. Las empresas de cada país deben impulsar las relaciones comerciales y suscribir proyectos enmarcados en el bien de la comunidad.

¿Cómo comerciar exitosamente?

Existen naciones que, por razones políticas e ideológicas, tienen paralizadas sus actividades comerciales. Sin embargo, la clave está en que ambos países sean capaces de aceptar sus diferencias, para comenzar a trabajar en pro de la integración de sus economías.

 Existen diferentes áreas en las que cada país puede complementarse con el otro, de acuerdo a sus condiciones climatológicas, la idea es saber cómo lograr esa integración. Las normativas legales garantizan la protección de las inversiones, sin embargo, ese esquema de integración está dormido entre algunas regiones. Es necesario que cada país genere sus propios incentivos para contribuir a la formación del recurso humano, investigación científica y tecnológica, seguridad, salud, educación y alimentación, entre otros.

 A través del comercio exterior, se puede lograr el mejoramiento de la competitividad, promover las cadenas productivas, fortalecer la pequeña y mediana industria, desarrollar actividades relacionadas con la conservación, defensa y protección ambiental. Todo esto genera bienestar y calidad de vida. Es necesario dejar a un lado las diferencias y retomar las inversiones, las oportunidades que ambos países tienen para brindar son variadas, principalmente en el sector agrícola, tecnológico, energético, infraestructura, telecomunicaciones y servicios. La idea es aprovechar esas cualidades.

**La balanza de pagos**

La balanza de pagos es una cuenta que registra todas las transacciones monetarias entre un país y el resto del mundo. Estas transacciones pueden incluir pagos por las exportaciones e importaciones del país de bienes, servicios, capital financiero y transferencias financieras.

La cuenta de balanza de pagos resume las transacciones internacionales para un período específico, normalmente un año, y se prepara en una sola divisa, típicamente la divisa doméstica del país concernido. Las fuentes de fondos para un país, como las exportaciones o los ingresos por préstamos e inversiones, se registran en datos positivos. La utilización de fondos, como las importaciones o la inversión en países extranjeros, se registran como datos negativos.

Cuando todos los componentes de la balanza de pagos se incluyen, el total debe sumar cero, sin posibilidad de que existe un superávit o déficit. Por ejemplo, si un país está importando más de lo que exporta, su balanza comercial estará en déficit, pero la falta de fondos en esta cuenta será contrarrestada por otras vías, como los fondos obtenidos a través de la inversión extranjera, la disminución de las reservas del banco central o la obtención de préstamos de otros países.

Si bien la cuenta de la balanza de pagos general siempre tiene que estar en equilibrio cuando todos los tipos de pagos son incluidos, es posible que existan desequilibrios. Un desequilibrio en la última suma puede resultar en un país superavitario que acumule riqueza, mientras que una nación dificitaria puede devenir progresivamente endeudada. El término "balance de pagos" a menudo se refiere a esta suma: se dice que el balance de pagos de un país está en superávit (equivalentemente, la balanza de pagos es positiva) por un determinado importe si las fuentes de fondos (como las exportaciones de bienes y bonos vendidos) exceden el uso de esos fondos (como el pago por bienes importados y el pago por la compra de bonos extranjeros) por ese importe. Se dice que hay un déficit de balanza de pagos (la balanza de pagos es negativa) si ocurre el fenómeno inverso.

**Una gran empresa**

Como compañía líder de Servicios Globales de Seguridad en España y tercera a nivel mundial, en Prosegur apuestan por una cultura empresarial en la que priman la proximidad con el cliente y la capacidad de ofrecer servicios globales. Su presencia en 13 países repartidos entre Latinoamérica y Europa le permite tener una perspectiva global del mundo de la seguridad. En continuo proceso de innovación tecnológica desde hace más de 30 años, ha venido evolucionando y ampliando de forma notable sus servicios para conseguir proporcionar a sus clientes los máximos estándares de calidad.

El funcionamiento de Prosegur se basa en el reconocimiento y la notoriedad de su marca en el firme compromiso que asumen en la relación con sus clientes, empleados y con la sociedad en general. Lo importante son las personas, el capital humano. Cuenta con los mejores profesionales, no sólo por su preparación sino por su espíritu de equipo.

La eficiencia sólo se logra a través de una decidida inversión en innovación. Cada uno de los sistemas de seguridad que diseñan y desarrollan es probado previamente en alguna de las 600 sedes en todo el mundo. De esta manera se logra el máximo rendimiento y eficacia antes de su lanzamiento al mercado.

La estrategia en Prosegur se basa en tres elementos diferenciadores que le han permitido situarse como el referente a nivel nacional y un actor destacado a nivel internacional: cercanía con el cliente, innovación constante y máxima calidad.

En Prosegur se mantiene un diálogo constante con el cliente, basado en una comunicación fluida y transparente. El gestor de cuentas, interlocutor único con el cliente, atiende en todo momento las necesidades que le puedan surgir. Para ello, trabaja siempre en coordinación con un equipo multidisciplinar y especializado en su sector, capaz de darle la respuesta que necesita.

Para Prosegur la excelencia no es un reto, es un hecho. Está al alcance de los clientes gracias a un continuo proceso de mejora de todos los recursos posibles.

**La organización de la empresa**

Las empresas se organizan repartiendo las responsabilida­des y la autoridad entre las personas. El organigrama adecuado para una empresa depende de su tamaño y de las características de su negocio. Pero, ¿cuál es la organización más habitual en una empresa pequeña, una empresa mediana, una empresa grande, y un grupo multinegocio?

La manera más normal de organizarse es por funciones. Es decir, hay un gerente, del que dependen un jefe de compras y producción, un jefe de ventas, y un jefe de administración. Con eso están cubiertas las funciones básicas de una empre­sa: comprar, producir, vender y administrar.

Del jefe de compras y producción depende normalmente el personal de almacén, el personal de fábrica, y el personal del laboratorio (si lo hay). Del jefe de ventas dependen los vendedores, y los operadores de atención a clientes y recogida de pedidos. Del jefe de administración dependen los administrativos que atienden a clientes y proveedores, el o los contables, el personal dedicado a la administración y el pago de las nó­minas, y el tesorero (si lo hay).

Cuando una empresa crece, la organización se complica. Aparecen los cargos más formales de "directores", y se ma­terializan algunos departamentos independientes, por ejemplo: Ingeniería o I+D, Marketing o Recursos Humanos (RRHH). Y a veces también otros, como Logística, Sistemas de Información, o Finanzas. Pero lo normal es que la mayoría de esas nuevas áreas, si la empresa no es muy grande, se queden dentro de las direcciones funcionales. En definitiva, por ejemplo, el Director de Operaciones se queda con ingeniería (incluido laboratorio) y logística; el Director Comercial se queda con marketing y el Director Financiero se queda con sistemas de información y finanzas.

La organización de una empre­sa mediana también sirve para muchas empresas grandes. Éstas, sobre todo cuando se convierten en multinacionales, suelen adoptar una organización más compleja, en la que agrupan áreas de negocio, a veces por productos, o por mer­cados. O incluso por una combinación de ambos.

Por último, hay empresas que en realidad son más de una sola empresa; son un grupo de empresas (un grupo multinegocio), dedicadas a diver­sos negocios. En esos casos, la organización es todavía más complicada.

Es normal que haya grupos que dejan sus empresas en casi absoluta independencia, y ponen al frente a un director ge­neral que se espabila solo; y que haya grupos que centralizan algunos servicios, como la administración y las finanzas, o a veces los sistemas de información, e incluso las compras de servicios y materiales de oficina, por ejemplo.

Como ejemplo de grupos de esas características se puede ci­tar a General Electric, que fabrica motores de avión, scaners para exploraciones médicas, o está en el negocio de la fabricación de plásticos o en el de la financiación al consu­mo. Pero también son grupos multinegocio muchos grandes grupos españoles. Aguas de Barcelona, por ejemplo, esta­ba hasta ahora metida en el negocio del servicio de agua, pero también en la salud (con Adeslas) o la certificación (con Applus). Y los grandes grupos constructores españoles, como ACS, Ferrovial, Acciona o FCC, hacen muchas más cosas además de dedicarse a la construcción.

**Modelo de negocio de El Corte Inglés**

El modelo de negocio de El Corte Inglés, al igual que el de Galerías Preciados en su momento, surge de trasplantar el modelo de gran almacén por departamentos americano al mercado español en una época en la que España surge del aislamiento comercial y de la autarquía económica.

Así su modelo de negocio se configura como la tienda dónde se puede comprar todo, de ahí su lema “La tienda de todas tus compras”, ofreciendo una gran variedad de artículos con todas las calidades disponibles para abarcar a todo tipo de usuarios, una cierta especialización al dividirse en departamentos, un servicio de valor añadido alrededor de la compra (Servicio a domicilio, listas de bodas y compras, sastrería y arreglos incluidos en el precio, etc.), y la garantía de calidad y satisfacción del cliente mediante la devolución del precio pagado: Si no queda satisfecho, le devolvemos su dinero.

En el documento de Responsabilidad Social Empresarial se señala que los cinco pilares de compromiso con el cliente son: Calidad, Servicio, Surtido, Especialización, Garantía.

Estos cinco pilares han producido una fidelización importante de sus clientes y en 2008 sus centros recibieron más de 600 millones de visitas.

Esta fidelización se ha producido a pesar de ofrecer precios superiores al resto de competidores, aunque suple este inconveniente mediante la realización de ofertas, la inducción a la demanda mediante el esfuerzo publicitario más grande que realiza cualquier empresa española, la carencia en el pago de compras y un amplio programa de financiación automática para la compra de sus artículos.

Entre lo anterior cabe destacar que la Tarjeta de Compras de El Corte Inglés sea una de las más populares en el bolsillo de los españoles, con más de 10,97 millones de tarjetas activas en 2008 y con un crecimiento constante desde su introducción en 1968. Los titulares de la tarjeta de compras se benefician de una carencia automática de un mes en el pago de la liquidación mensual y la posibilidad de aplazar sin intereses los pagos a tres meses, o con bajos intereses hasta 36 meses. Además se benefician de al menos dos horas gratis en aquellos aparcamientos de pago de los centros y con la tarjeta se permite comprar cualquier producto que se venda en los centros pertenecientes al grupo El Corte Inglés inclusive productos estancados como Tabacos. Desde 2006 la tarjeta también permite el pago de compras en las estaciones de servicio del grupo Repsol.

No obstante, el factor precio comienza a resultar importante para el cliente, sobre todo en lo referente a la compra de alimentación con una fuerte competencia. Para evitar que esto suponga un problema y cambiar la percepción de los clientes El Corte Inglés ha lanzado una marca blanca de cesta básica, Aliada, y ha iniciado una campaña de publicidad para intentar cambiar esta percepción sobre sus marcas.

Su plantilla se componía en 2008 de 97.389 empleados de los cuales el 63% son mujeres. El 90% de la plantilla tiene contrato indefinido y su media de edad se encuentra cercana a los 38 años. La relación tradicional de El Corte Inglés con sus trabajadores ha sido paternalista, con un claro empuje para implicar al trabajador en los resultados de la compañía obteniendo a cambio formación, promoción y carrera profesional, descuento de hasta un 15% en las compras que realicen en el grupo y mejoras en financiaciones a más largo plazo, seguro de vida colectivo, acceso a formación superior a través del Centro de Estudios Universitarios Ramón Areces y ayudas de estudios a hijos de empleados y a familiares de estos con discapacidad. Igualmente también la empresa promueve una asociación para la realización de actividades deportivas, recreativas y culturales de los empleados y sus familiares. Los empleados participan en el resultado del negocio mediante comisiones de ventas o incentivos sobre objetivos dependiendo del formato de tienda dónde se encuentren y de su responsabilidad.

**Incoterms**

Los Incoterms son una serie de términos estandarizados que se utilizan en los contratos de compra-venta internacional y que sirven para determinar cual de las partes (exportador o importador): a. Tiene que pagar el transporte de la mercancía. b. Tiene que pagar el seguro que cubre los posibles daños y deterioros que sufra la mercancía durante el transporte. c. Corre con otro tipo de gastos (aduaneros, portuarios, etc.). d. Establece en qué lugar el exportador ha de poner la mercancía a disposición del importador. Etc.

Se trata de una normativa creada en el marco de la Cámara de Comercio Internacional y cuya validez es internacionalmente reconocida.

Existen 13 Incoterms: en cada contrato de compra/venta internacional se especificará cual de ellos se aplica, en función de lo acordado entre exportador e importador.

La lista de Incoterms:

EXW (Ex-works; En Fábrica): el exportador deberá entregar la mercancía en su fábrica. A partir de ese momento todos los gastos (transporte, seguro, aduaneros, etc.), así como los riesgos de deterioro o pérdida de la mercancía, serán por cuenta del importador.

FCA (Free-carrier; Franco transportista): el exportador debe entregar la mercancía al transportista contratado en el lugar convenido (un puerto determinado, en los depósitos del transportista, etc.) con los trámites aduaneros de salida del país ya cumplimentados. Hasta dicho momento todos los gastos y riesgos son por cuenta del exportador y a partir de dicha entrega, del importador.

FAS (Free alongside ship; Franco al costado del buque): el exportador debe entregar la mercancía situándola al lado del buque y con los trámites aduaneros de salida del país ya cumplimentados. El coste y el riesgo de embarcarla y todos los que se originen a partir de ese momento serán por cuenta del importador. Este incoterm sólo se utiliza cuando el transporte es marítimo.

FOB (Free on board; Franco a bordo): en este caso el exportador entrega la mercancía una vez que ya está embarcada y con los trámites aduaneros de exportación cumplimentados. Se diferencia del anterior en que los gastos y riesgos del embarque son por cuenta del exportador.

CFR (Cost and freight; Coste y flete): el exportador entrega la mercancía en el puerto de destino convenido, pero en este caso no sólo tiene que embarcar la mercancía, sino que también corre con el gasto de la travesía hasta el puerto de destino. Sin embargo, el seguro del transporte es por cuenta del importador. Este incoterm se utiliza únicamente cuando el transporte es marítimo.

CIF (Cost, insurance and freight; Coste seguro y flete). El exportador entrega la mercancía en el puerto de destino, pero a diferencia del anterior corre además con el coste del seguro del transporte. Se utiliza sólo cuando el transporte es marítimo.

CPT (Carriage paid to; Transporte pagado hasta el lugar de destino convenido): es similar al CFR pero en este caso se puede utilizar con cualquier tipo de transporte.

CIP (Carriage and insurance paid to; Transporte y seguro pagados hasta el destino): es similar a la cláusula CIF pero en este caso se puede utilizar igualmente con cualquier tipo de transporte.

DAF (Delivered at frontier; Entregado en frontera): el exportador debe entregar la mercancía en el punto fronterizo acordado, corriendo hasta ese momento con todos los gastos.

DES (Delivered ex ship; Entregado sobre buque): el exportador entrega la mercancía sobre el buque, una vez que éste ha llegado al puerto de destino, pero antes de ser desembarcada. Los gastos y riesgos de la descarga son por cuenta del importador.

 DEQ (Delivere ex quay; Entregado en muelle con derechos pagados): el exportador corre con todos los gastos y riesgos hasta situar la mercancía en el puerto de destino y una vez cumplimentados los trámites aduaneros del país importador.

DDV (Delivered duty unpaid; Entregada derechos no pagados): el exportador debe entregar la mercancía en el punto convenido (fábrica o almacén del importador), corriendo con todos los gastos y riesgos. Unicamente quedarían por pagar los trámites de la aduana del país de destino que serán por cuenta del importador.

DDP (Delivered duty paid; Entregado derechos pagados): es igual que la anterior pero en este caso el exportador también tramita los derechos de aduana del país de destino.

**La documentación en el comercio internacional**

La documentación que se exige en una operación de compra-venta internacional suele ser muy compleja y variada, dependiendo en gran medida del tipo de producto vendido, así como de los términos pactados.

Esta documentación será remitida por el exportador al importador y es la que le va a permitir retirar la mercancía en el punto de destino.

En los créditos documentarios ésta es la documentación que el exportador remitirá, a través de su banco, al banco del importador y que si está en orden va a obligar a dicho banco a efectuar el pago.

Como documentación básica, habitual en toda operación de exportación, se puede señalar la siguiente:

1.- Factura.

Es un documento emitido por el exportador en el que se recogen los datos fundamentales de la operación, señalandose el importe de la deuda que tendrá que pagar el importador.

En la factura aparecerán, como mínimo, los siguientes datos:

* Identificación del exportador y del importador.
* Descripción de la mercancía (características, unidades, complementos, etc.).
* Importe de la venta, con desglose entre los distintos componentes de la misma.
* Forma de pago requerida.
* Fecha de envío de la mercancía, medio de transporte y lugar de destino.

2.- Documento de transporte.

Es el justificante de que el exportador ha enviado la mercancía por el medio acordado (barco, tren, avión, etc.). Este documento es el que permitirá al importador retirar la mercancía en el punto de destino.

En este documento se detalla:

* Punto de origen y de destino
* Medio de transporte utilizado
* Fecha de salida y fecha previsible de llegada
* Nombre del remitente y del destinatario
* Mercancía transportada (descripción, peso, número de bultos, etc.)

3.- Documento del seguro.

En el se describen los riesgos que cubre la póliza, determinado quién es el beneficiario en caso de indemnización.

El coste del seguro puede ser por cuenta del exportador o del importador, dependiendo de lo acordado entre las partes.

4.- Otros documentos accesorios.

Certificado de origen: es un documento emitido por las autoridades comerciales del país de origen en el que se acredita que el producto ha sido elaborado en dicho país.

Certificado sanitario: es un documento emitido por las autoridades sanitarias del país de origen en el que se certifica que la mercancía exportada se encuentra en perfecto estado sanitario, cumpliendo la normativa vigente.

Certificado de calidad: es un documeto emitido por una firma independiente de reconocido prestigio que declara que la mercancía cumple los estándares internacionales de calidad.

**El sistema fiscal de un país**

En líneas generales, los tributos se clasifican enimpuestos,tasas y contribuciones.

En el caso de los impuestos se observa que no tienen una retribución en servicios por parte delEstado, mientras que las tasas son la contraprestación por un servicio prestado; por otra parte las contribuciones son aportes de los contribuyentes a favor de instituciones públicas de carácter benéfico, de enseñanza o de apoyo a sectores poblacionales de escasos recursos. Contablemente, la provisión de estos tributos queda registrada en los asientos por naturaleza de compras, ventas, prestación de servicios, etc.

En el sistema fiscal el impuesto es la carga que recae sobre el contribuyente, para subvenir de este modo al gasto público. En los sistemas tributariosse pueden distinguir dos tipos de impuestos:

- *Impuestos directos.*Son casos cuando se gravan los ingresos de las personas y los beneficios de las sociedades.

- *Impuestos indirectos.*Se pagan sin necesidad de identificarse el contribuyente, simplemente al adquirir un producto o un servicio. Su precio de venta ya incluye este gravamen (IVA, derechos de aduana, impuestos especiales, etc.)

En España el sistema impositivo comprende los siguientes tributos:

*• Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)*es un impuesto directo que recae sobrelarenta obtenida por el sujeto pasivo. El sujeto pasivo es, a su elección, la unidad familiar o cada individuo de que se compone la familia. La base imponible está compuesta por la suma de rendimientos netos. De esta base pueden restarse algunas reducciones y así se obtiene la base liquidable. A esta base liquidable se aplica el tipo impositivo, que no es constante (es tanto mayor cuanto más alta sea la base).

*• Impuesto de Sociedades*grava las ganancias generales de la empresa (beneficiobruto menos amortizaciones) con un tipo único (el 32,5% del beneficioantes de impuestos. En el País Vasco y Navarra, que disponen de autonomía fiscal, es del 28%).

*• Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados* grava la realización de compraventas, constitución de empresas, etc., siempre que se realicen mediante escriturapública.

• *Impuestos especiales*son los que recaen sobre el consumo de alcoholes, la cerveza, los hidrocarburos y otros artículos concretos.

*• Impuesto sobre el Valor Añadido*es un impuesto indirecto que grava el consumo, entregas de bienes y prestaciones de servicios realizadas por empresarios o profesionales, así como las importaciones de bienes. Grava únicamente el valor añadido en cada fase del proceso de producción y distribución. Puede calcularse por el método de adición (cuando se suman­ los costes del producto) o por el método de sustracción o diferencia entre el precio de venta y de compra. Es un impuesto en cas­cada, inventado por un alemán en 1919 y puesto en práctica por pri­mera vez en Francia en 1954. En España la ley establece un tipo de IVA general (un 18 %) y 2 tipos reducidos (un 4 % y un 8%). El tipo reducido se aplica a los pro­ductos y servicios de consumo bá­sico (alimentación, semillas, trans­portes municipales, libros, revistas y periódicos y viviendas de protec­ción oficial). Y el resto de bienes y servicios está sometido al gravamen general.

Los impuestos también se dividen en los impuestos estatales y municipales. Los primeros se cobran por el Gobierno y se dirigen al Presupuesto del Estado y los otros sirven para hacer frente a las necesidades municipales.

**Barreras a la exportación**

El exportador, en su objetivo de vender en los mercados internacionales, se puede encontrar con una serie de obstáculos que le dificulten o incluso le impidan poder realizas sus ventas. Pueden ser de tipo fiscal, cuantitativo, técnico, medioambiental.

a) Barreras fiscales.

Comprenden todos aquellos impuestos que gravan la entrada en un país de una mercancía extranjera.

El nivel de estos impuestos puede variar enormemente de un país a otro, y dentro de un mismo país de una mercancía a otra, pudiendo suponer desde un ligero encarecimiento del producto importado hasta un aumento de precio de tal magnitud que lo haga invendible.

Además, también el nivel de estos impuestos puede ser distinto dependiendo de cual sea el país de procedencia del producto, según los posibles convenios y acuerdos internacionales que tenga firmado el país importador. Esto origina importantes agravios comparativos entre los potenciales exportadores.

b) Barreras cuantitativas.

Muchos países establecen límites en el volumen que puede ser importado de diversas mercancías, con el objeto de tratar de defender su industria nacional.

Estos límites pueden funcionar:

* Elevando sustancialmente los impuestos que gravan la entrada de una mercancía, una vez que se haya superado cierto volumen de importación.
* Denegando la entrada de nueva mercancía cuando se haya superado dicho volumen.

c) Barreras técnicas.

Los países pueden exigir a los productos extranjeros el cumplimiento de ciertos requisitos técnicos (relacionados con la seguridad, salud y calidad del producto), que en ciertas ocasiones dificultan notablemente la posibilidad de exportar a dichos países.

A veces, algunos gobiernos utilizan esta exigencias técnicas como pretexto para defender sus mercados nacionales de la competencia de productos extranjeros.

d) Barreras medioambientales.

Son cada vez más importantes e incluye distintas normativas que exigen a los productos extranjeros el cumplimiento de ciertas normas medioambientales. Por ejemplo, no utilización en la elaboración de envases recicables de determinados componentes contaminantes, etc.

Para concluir, hay que decir que:

* Las barreras fiscales y cuantitativas son más típicas de los países menos avanzados.
* Las barreras técnicas y medioambientales lo son de los países desarrollados.

**Apoyo oficial a la exportación**

Los países suelen adoptar diversas medidas destinadas a favorecer sus exportaciones. Entre ellas podemos señalar:

1. Crédito oficial a la exportación.
2. Seguro de crédito a la exportación.
3. Instrumentos fiscales de apoyo a la exportación.
4. Instrumentos comerciales de apoyo a la exportación.

Los créditos oficiales a la exportación están destinados a financiar aquellas exportaciones que por su mayor nivel de riesgo (en función del país de destino, del mayor plazo, etc.) dificilmente encuentran financiación en las entidades privadas.

Los créditos oficiales a la exportación pueden ofrecer un tipo de interés inferior a los vigentes en el mercado y un plazo de vencimiento mayor.

No obstante, según un convenio internacional firmado por los países de la OCDE, estos créditos deben cumplir unos requisitos determinados, tratando de evitar que encubran medidas de apoyo que atenten contra la libre competencia.

Existen también los créditos FAD (Fondo de Ayuda al Desarrollo). Son líneas de financiación en condiciones muy ventajosas que conceden los países desarrollados a aquellos otros en vía de desarrollo.

Estos créditos están destinados a financiar las exportaciones que realice el país concedente al país beneficiario.

También los gobiernos pueden conceder ciertas ventajas fiscales con el objetivo de favorecer sus exportaciones. Estas medidas pueden ser:

* Bonificaciones / deducciones en el Impuesto de Sociedades que favorezcan la actividad exportadora.
* Devolución de los impuestos especiales (s/ alcoholes, tabaco, petróleo, etc.) al fabricante en aquellas partidas destinadas a la exportación.
* Excención del IVA en las exportaciones, permitiendo la recuperación del IVA soportado.

Las medidas comerciales de apoyo a la exportación pueden incluir:

* Participación oficial en ferias internacionales.
* Ayudas a las empresas para su participación en dichas ferias y certámenes.
* Misiones comerciales oficiales.
* Asesoramiento a la empresa nacional.
* Centros de información.

**План практического занятия**

*Тема занятия*: «Человеческие ресурсы. Собеседование при приеме на работу» («Recursos humanos. Entrevista de trabajo»).

**Образовательная цель занятия:** совершенствование лексико-грамматических навыков по теме.

***Сопутствующая задача:*** развитие навыков аудирования и закрепление грамм. темы Presente de Subjuntivo .

**Развивающая цель**: развитие коммуникативной компетенции.

**Воспитательная цель**: формирование у студентов культуры делового общения.

*Оснащение занятия:* учебное пособие Е.В. Дыро «Введение в деловой иностранный», учебное пособие Curso Ven 2, интерактивная доска, раздаточный материал, видеозаписи, презентация в Power Point и PREZI, фишки и кубик для игры.

**Этапы занятия:**

1. Введение в тему занятия. (Студенты получают индивидуальные карточки в форме лошадей(символ труда!))) с высказываниями известных людей по теме «Работа, занятость и т.д.» и высказывают свое мнение о высказывании).
2. Повторение и закрепление лексики по теме:
3. Студенты составляют предложения со словами на карточке.
4. Студенты высказываются по поводу изображения на слайде (Карикатуры)
5. Проверка д.з. по теме «Presente de Subjuntivo» на основе лексики по теме «Человеческие ресурсы» + творческое д. з. задание, придуманное студентами для закрепления темы «субхунтив в простых предложениях».
6. Деловая игра «Pasapalabra» Совершенствование лексических навыков по теме. (Студенты должны угадать слово по определению)
7. Упражнение на соотнесение вопросов и ответов на интервью.
8. Просмотр видео «Ошибки, которых не следует допускать на интервью». Цель: активизация лексического и грамматического материала по теме. Развитие умений аудирования, введение новой лексики по теме.
9. Игра с кубиком и фишками. Цель: закрепление навыков поведения и коммуникации на интервью.
10. Просмотр видео «Идеальное собеседование» ». Цель: активизация лексического и грамматического материала по теме, развитие навыков аудирования и устной речи. Задание: предположить, чем закончится видео и высказать мнение по теме видео.
11. Подведение итогов.

**Раздаточный материал к уроку по теме**

**“Mercado de trabajo”.**

**¿ Qué son las oposiciones?**

 Si se le pregunta a los estudiantes espaňoles qué quieren hacer cuando terminen los estudios, responderán con seguridad: estudiar unas oposiciones. ¿Qué son las oposiciones? Se pregunta el visitante extranjero, cuando observa cόmo algunos treintaňeros espaňoles estudian todavía y viven en casa de sus padres. Las oposiciones son exámenes que se hacen cuando se quiere trabajar en las distintas administraciones públicas: como juez, profesor de instituto, bedel, mujer de la limpieza, electricista, terapeuta,etc. Un trabajo como funcionario del Estado constituye para los espaňoles la mejor alternativa a la inseguridad en el puesto de trabajo para la industria privada o los sacrificios financieros de la actividad autόnoma.Según el Instituto Nacional de Estadística, en 2000 eran 2.225.100 personas que se encontraban trabajando en el sector público. Mientras que 7.940.000 trabajaban como empleados en el sector privado.

**Словарь:**

Actividad autόnoma - независимая деятельность

Administraciόn pública - общественное управление

Bedel - университетский сторож

Industria privada - частное предприятие, фирма

Oposiciόn - конкурс на замещение какой-либо должности

Sector público - государственный сектор

**Ejercicio 1.**

Llenar esta tabla con las palabras correspondientes:

|  |  |
| --- | --- |
| profeciόn | lugar de trabajo |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Juez, terapeuta, profesor, instituto,bufete, taller de reparaciόn, atelier, juzgado, hospital, universidad, abogado,mecánico, pintor, camarero.

**Ejercicios de introducciόn**

**Ejercicio 1.**

1. Según un informe de la Organizaciόn internacional del trabajo (OIT) sobre la situaciόn del empleo en el mundo, el total de parados el los Estados Unidos se cifrό en diciembre en 4,4 millones de personas, más que in millόn menos de lo que había pronosticado. Eso hizo que los analistas revisaron a la baja las prevesiones de los datos de desempleo. Sin embargo, los expertos afirman que se necesitarán como mínomo dos aňos más para que el mercado laboral estadiunidense se normalice.
2. A pesar de los buenos datos sobre el crecimiento de la ocupaciόn de la última Encuesta de Poblaciόn activa, ayer el secretario general de Empleo, Juan Chozas, llamό la atenciόn sobre la baja tasa global de actividad que tiene la economía espaňola: tan sόlo está ocupado, o busca empleo, el 50% de quienes están en condiciones de trabajar. Chozas recomendá además, en un seminario, que el empleo era la base fundamental del sistema de protecciόn social.
3. El grupo estadounidense de aluminio **Alcoa** despedirá a 6500 empleados en 40 fábricas de América Latina y Europa, lo que supone el 4,4% de su plantilla, en el marco de un programa de reestructuraciόn. El representante de **Alcoa**, filial espaňola de la transnacional, afirmό que el ajuste no afectaría a Espaňa.
4. 47 grandes empresas han pedido a la Comosiόn europea que ponga en funcionamiento un sistema integrado y armonizado de pensiones, para facilitar la movilidad laboral, lo que será in alivio para las empresas cuando sus empleados combien de domicilio dentro de la EU.
5. Dentro de la búsqueda de empleo, la estrategia y los canales que habrá de utilizar quien busca su primer empleo serán bien distintos de los que usará aiguin que desea cambiar de ocupaciόn. Por eso, la búsqueda de trabajo debe tomarse como un proceso personalizado en el que cada situaciόn (si se tiene o no experiencia laboral, lo formaciόn, las aspiraciones, la urgencia para encontrar empleo) requierirá una estrategia distinta.
6. El Gobierno está barajando diferentes medidas para mejorar la protecciόn de los parados, entre ellas la ampliaciόn del subsidio asistencial de desempleo, aunque aún está por concretar el período de tiempo en el que se podría alargar la percepciόn de esta ayuda, según confirmaron fuentes del Ejecutivo.

 **Ejercicio 2.**

1. B cвязи с кризисом “ Фиат”, крупнейшая частная автомобильная компания в Италии, сократила свои штаты на 3000 человек, что привело к росту уровня безработицы в этой отрасли.
2. Рост безработицы, согласно данным, предоставленным МВФ, связан с замедлением экономического роста в мире. Предполагается, что мировая экономика в этом году вырастет только на 0,5%.
3. Министерство труда и социальной защиты Испании решило направить дополнительные средства в поддержку рыбаков, оставшихся без работы в связи с отсутствием нового договора о рыбной ловле с Марроко.
4. 51 статья Трудового кодекса Испании гласит, что массовые увольнения допустимы в случае, когда это необходимо для преодоления серьёзных финансовых трудностей предприятия, либо с целью гарантировать дальнейшее развитие предприятия и создание новых рабочих мест.
5. Клуб предпринимателей направил правительству Испании доклад, где говориться о том, что иммиграционные квоты следует отменить, т.к. по их мнению, это самый верный способ противостоять проблеме старения населения и дефициту рабочей силы в некоторых отраслях.

**Indicadores del mercado laboral**

1. ¿ Existe una relaciόn entre la tasa global de actividad y la situaciόn demográfica de un país? Explique.
2. ¿ Cόmo influye el ciclo econόmico en el nivel de empleo?
3. ¿ Qué vínculo existe entre desempleo estructural y la movilidad laboral?
4. ¿ La fluctuaciόn laboral influye en el desempleo friccional?
5. ¿ El subempleo es una forma de empleo o de desempleo? Argumente.
6. ¿ Por qué es importante fijar una magnitud racional del subsidio de desempleo?
7. ¿ Está Usted de acuerdo con la afirmaciόn de que combatir el desempleo es “luchar contra los molinos de viento”? Argumente.

**Clasifique los grupos poblacionales siguientes en:**

poblaciόn activa empleada, poblaciόn activa desocupada, poblaciόn inactiva.

Estudiante \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

persona mayor de 16 aňos que busca trabajo \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

incapacitado\_\_\_\_\_\_\_\_;

persona que está trabajando \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

jubilado\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

persona ocupada del cuidado de sus niňos y no busca trabajo\_\_\_\_\_\_\_\_;

persona que no trabaja y no busca trabajo\_\_\_\_\_\_\_\_;

prejubilado\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

persona que trabaja la jornada laboral incompleta\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

**Cόmo orientarse en el Mercado de trabajo**

 **El curriculum vitae**

debe tener:

1. Datos personales;
2. Formaciόn académica;

3. Otros títulos y seminarios: estudios realizados complementarios a los universitarios;

4. Experiencia profesional;

5. Idiomas;

6. Informática;

7. Otros datos de interés.

 **La carta de presentaciόn:**

**Indique si es falso o no:**

1.La carta de presentaciόn es una mera formalidad.

2.En Espaňa la carta de solicitud de trabajo es muy larga.

3.La redacciόn no es muy importante.

4.Uno de los objetos es suscitar el interés de la persona que lee la carta.

5.La carta ha de ser breve.

6.La carta de la solicitud de trabajo es tan importante como el curriculum.

**Esquema de una carta de presentaciόn**

|  |
| --- |
|  Nombre del candidato/a Direcciόn Localidad TeléfonoNOMBRE DE LA EMPRESAA/A de D. (ňa)DirecciόnLOCALIDAD Lugar, fechaEstimado/a Sr./a**Primer párrafo** Puesto al que te presentas, cόmo te has enterado de la vacante convocada, motivo...**Segundo párrafo** Resumen de las características de tu historial profesional que encajan en el puesto ofertado.**Tercer párrafo** Indica tu disponibilidad para concertar una entrevista y/o participar en las pruebas previstas. **Despedida**FirmaAnexos 1. Curriculum vitae 2. Fotocopias de certificados 3. Fotocopias de diplomas |

**Enlace cada pregunta con su respuesta.**

|  |  |
| --- | --- |
| ¿Le gusta trabajar solo o en equipo? | En los negocios, el éxito depende de muchos factores, sobre todo externos, y es difícil conseguir siempre los objetivos fijados. |
| ¿ Por qué quiere dejar su puesto actual? | Por vocaciόn. |
| ¿Cόmo me evalúa como entrevistador? | Bajo, pero si el puesto lo requiere, voy a seguir perfeccionando mis conocimientos.  |
| ¿Qué haría si estuviera en desacuerdo con algún superior? | Me adapto a todas las circunstancias. Soy capaz tanto de aislarme para reflexionar, como de abrirme para trabajar en equipo. |
| ¿Qué nivel de conocimiento de idiomas tiene? | Durante una conversaciόn o una reuniόn, si mi jefe me pide mi opiniόn, se la daré, aunque no esté de acuerdo con él. Si por el contrario, no me pide mi opiniόn,se la expresaré posteriormente y le expondré entonces mi punto de vista. |
| ¿Alcanza siempre sus objetivos? | Es una de las entrevistas más difíciles que he tenido. |
| ¿ Por qué criterio eligiό sus estudios? | Desearía seguir creciendo profesionalmente para asumir responsabilidades adicionales, cosa que lamentablemente no puedo hacer en mi puesto actual. |

**Seleccione las frases que usted emplearía en una entrevista laboral para dar impresiόn de seguridad.**

Estoy seguro de que...

Esto me asusta...

Si algo me inquieta, sé dominarme...

No sé si sirvo...

Superaré los obstáculos...

Hay otros mejores...

Estoy convencido de que...

A veces pierdo el control...

Estaré a la altura...

Se adapta a mis intereses y capacidad...

No sé si me conviene..

[Desempleo](http://www.datosmacro.com/paro)

| **País** | **Fecha** | **Paro** |
| --- | --- | --- |
| [España[+]](http://www.datosmacro.com/paro/espana) | Octubre 2013 | 26,7% |
| [Alemania[+]](http://www.datosmacro.com/paro/alemania) | Octubre 2013 | 5,2% |
| [Reino Unido[+]](http://www.datosmacro.com/paro/uk) | Agosto 2013 | 7,5% |
| [Francia[+]](http://www.datosmacro.com/paro/francia) | Octubre 2013 | 10,9% |
| [Italia[+]](http://www.datosmacro.com/paro/italia) | Octubre 2013 | 12,5% |
| [Portugal[+]](http://www.datosmacro.com/paro/portugal) | Octubre 2013 | 15,7% |

**Desempleo** es sinónimo de **paro**. Desempleado o parado es aquel trabajador que no tiene empleo. Por lo tanto, los desempleados o parados de un país son aquellos que tienen edad, capacidad y deseo de trabajar (población activa) pero carecen de un puesto de trabajo.

El número de parados de un territorio suele expresarse en función de la población activa del mismo y se denomina **tasa de desempleo**.

[***SMI - Salario Mínimo Interprofesional***](http://www.datosmacro.com/smi)

| **País** | **Fecha** | **Salario** |
| --- | --- | --- |
| [España[+]](http://www.datosmacro.com/smi/espana) | 2013 | 753 € |
| [Reino Unido[+]](http://www.datosmacro.com/smi/uk) | 2013 | 1.264 € |
| [Francia[+]](http://www.datosmacro.com/smi/francia) | 2013 | 1.430 € |
| [Portugal[+]](http://www.datosmacro.com/smi/portugal) | 2013 | 566 € |
| [Estados Unidos[+]](http://www.datosmacro.com/smi/usa) | 2013 | 952 € |
| [Bélgica[+]](http://www.datosmacro.com/smi/belgica) | 2013 | 1.502 € |

El **salario mínimo interprofesional o SMI** fija la cuantía retributiva mínima que debe recibir un trabajador por la jornada legal de trabajo, independientemente del tipo de contrato que tenga, en un pais determinado.

Los datos del SMI que publicamos son mensuales, suponiendo un salario de doce mensualidades cada año.

[**Tipos de Intereres de los Bancos Centrales**](http://www.datosmacro.com/tipo-interes)

| **País** | **Fecha** | **Tipo** |
| --- | --- | --- |
| [Reino Unido[+]](http://www.datosmacro.com/tipo-interes/uk) | 2009-03-05 | 0,50% |
| [Zona Euro[+]](http://www.datosmacro.com/tipo-interes/zona-euro) | 2013-11-13 | 0,25% |
| [Estados Unidos[+]](http://www.datosmacro.com/tipo-interes/usa) | 2008-12-16 | 0% |
| [Suiza[+]](http://www.datosmacro.com/tipo-interes/suiza) | 2009-04-12 | 0,25% |
| [Japón[+]](http://www.datosmacro.com/tipo-interes/japon) | 2010-10-05 | 0,10% |
| [China[+]](http://www.datosmacro.com/tipo-interes/china) | 2011-07-06 | 6,56% |

Es el **tipo de interés** al que los bancos pueden pedir dinero prestado al banco central. Se utiliza por parte de los bancos centrales para orientar la política monetaria.

En la tabla mostramos los tipos actuales de los bancos centrales de distintos países.

Pinchando sobre cada uno de ellos podremos ver su evolución.

* [Leer más sobre Tipos de Intereres de los Bancos Centrales](http://www.datosmacro.com/tipo-interes)
* [English](http://countryeconomy.com/key-rates)

[**PIB - Producto Interior Bruto**](http://www.datosmacro.com/pib)

| **País** | **Fecha** | **Tasa PIB** |
| --- | --- | --- |
| [España[+]](http://www.datosmacro.com/pib/espana) | 2012 | -1,6% |
| [Alemania[+]](http://www.datosmacro.com/pib/alemania) | 2012 | 0,7% |
| [Reino Unido[+]](http://www.datosmacro.com/pib/uk) | 2012 | 0,1% |
| [Francia[+]](http://www.datosmacro.com/pib/francia) | 2012 | 0% |
| [Italia[+]](http://www.datosmacro.com/pib/italia) | 2012 | -2,5% |
| [Portugal[+]](http://www.datosmacro.com/pib/portugal) | 2012 | -3,2% |

El **Producto Interior Bruto** **(PIB)** mide el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales de un país durante un año.

El PIB también se define como el conjunto de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un año.

El **PIB** se utliza habitualmente como medida del grado de bienestar de la población de un país. Se cálcula cómo:

**Vas a escuchar unas estadísticas de desempleo en los países de MERCOSUR.**

**¿Puedes completar los países y los porcentajes que faltan?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **País** | **Aňo 1998** | **Aňo 2014** |
|  | 17,5% |  |
|  |  |  |
|  |  | 8,8% |
|  |  |  |
|  | 10% |  |

El **MERCOSUR** (Mercado común del Sur) es una uniόn de libre comercio integrada por Argentina, Brasíl, Paraguay y Uruguay, con Bolivia y Venezuela en proceso de incorporaciόn. Tiene como países asociados a Chile, Colombia, Ecuador y Perú. Fue creado en 1991.

**Actividad laboral**

 El término **mileurista** fue acuňado en agosto de 2005 por Carolina Alguacil en una carta al diario “El País” titulada “Yo soy mileurista”, para describir la situaciόn laboral de muchos jόvenes.

I. Lea y escuche el siguiente fragmento del mencionado artículo.

 El mileurista es aquel joven, de 25 a 34 aňos, licenciado bien preparado, que habla idiomas, tiene postgrados, másters y cursillos. Normalmente iniciado en la hostelería, ha pasado grandes temporadasen trabajos no remunerados, llamados eufemísticamente trabajar de becario, estar en prácticas, trainings,etc. Ahora echa la vista atrás y quiere sentirse satisfecho, porque al cabo de dos renovaciones de contrato le han hecho fijo, en un trabajo que de alguna forma puede considerarse formal, “lo que yo buscaba”. Lleva entonces tres o cuatro aňos en el circuito laboral, con suerte, la mitad cotizados. Y puede considerarse ya un especialista, un ejecutivo; lo malo es que no gana más de mil euros, sin pagas extras, y mejor no te quejes.

 El País. 21.08.2005

II. Ahora relacione términos y definiciones.

a) Interino 1. Pagado, retribuido.

b)Desempleado 2.Ofrecer a alguien un contrato indefinido.

c)Remunerado 3.Pagar las cuotas a la Seguridad Social.

d)Becario 4. Estar en paro.

e)Renovaciόn de contrato 5.Puesto,empleo,ocupaciόn

f)Hacer fijo a alguien 6. Volver a emplear a una persona.

g)Circuito laboral 7.Contratado temporal.

h) Cotizar 8. Mundo laboral.

i)Trabajo 9. Persona que trabaja con el objeto de formarse.

II. Si **mileurista e**s la persona que recibe un salario de mil euros, ¿Qué significa **pensionista?**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ**

**Примерный список тем к зачету и экзамену по дисциплине**

**«Деловой иностранный язык 2-ой» (испанский)**

**Зачет**

**Тема 1. Наемные сотрудники.**

Работники в организации. Квалификационные требования и должностная инструкция. Деятельность, функции и цели Управления персоналом. Прием на работу. Характеристика служащих. Досье, анкета персонала. Сведения о сотрудниках.

**Тема 2. Бизнес среда.**

Глобализация. Понятие бизнес среды. Факторы бизнес среды на микро- и макро- уровне. Циклическое развитие экономики. Бизнес в условиях экономического роста и рецессии. Глобализация в сфере бизнеса и экономики. Волатильность потребительских цеп па мировом рынке. Конкурентоспособность товаров и рынков.

**Тема 3. Финансы.**

 Деньги Определение финансов на микро/макро уровнях. Процесс финансового планирования. Основные элементы финансовой системы. Финансовый менеджмент. Финансы и капитал. Долгосрочное/краткосрочное финансирование. Собственный (долевой) капитал. Привлеченный (заемный) капитал. Основной/оборотный капитал. Акции, дивиденды, облигации. Привилегированные/простые акции. Виды дивидендов. Страхование. Виды рисков. Понятие налогообложения. Основные виды налогов. Стандарты налогообложения. Основные направления налоговой политики в Республике Беларусь. Роль финансовых рынков. Взаимоотношения между поставщиками фондов и потребителями. Денежный рынок. Рынок капитала. Виды валютных рыночных операций. Первичный/вторичный рынок. Обычные и привилегированные акции. Рынок Нвровалют. Понятие финансовых деривативов. Биржевой опцион. Финансовый фьючерс. Своп. Инфляция. Взаимодействие инфляции и покупательной способности денег. Виды обменных валютных курсов. Основные валюты мира.

**Тема 4. Корпоративная ответственность и этика.**

Этика поведения компаний и потребителей. Кодекс чести. Компания и ее акционеры (инвесторы). Компания и ее сотрудники. Компания и окружающая среда. Копания и общество. Компания и потребители. Компания и государство. Корпоративная ответственность глобальных компаний. Этика поведения и национальная культура. Законодательство и неэтичное поведение компаний и потребителей.

**Тема 5. Конкуренция. Карьера.**

Понятие конкуренции и конкурентоспособное!и в бизнесе. Конкуренция среди продавцов и покупателей. Монополисты и конкуренты. Конкуренция на мировом рынке. Теория конкурентных, абсолютных и сравнительных преимуществ. Конкурентные рынки, товары и бренды. Стратегия завоевания рынка. Конкуренция в сфере трудоустройства и образования.

**Тема 6. Решение проблем.**

 Общие подходы к решению проблем. Определение проблемы. Формулировка решений проблемы. Решения о качестве и приемлемости. Личность и принятие решений. Собрания и совещания.

**Тема 7. Маркетинг.**

Рекламная деятельность. Определение и основные понятия маркетинга. Маркетинговый микс. Эволюция маркетинга. Взаимодействие маркетинга с такими пауками, как экономика, социология и психология. Исследование рынка. Лидеры па рынке. Целевой рынок. Факторы, определяющие жизненный стиль потребителей. Разнообразие групп потребителей и их влияние па маркетинговую стратегию. Товары и услуги. Жизненный цикл продукта. Уникальность услуг. История развития рекламы. Понятие рекламы, ее основные черты и цели. Рекламные средства. Паблик рилейшнз. Отличие паблик рилейшнз от рекламы.

**Экзамен**

**Тема 1. Лексические вопросы перевода с испанского языка на русский.** Многозначность слова и перевод. Роль контекста при осмыслении многозначного слова. Выбор слова из синонимического ряда при переводе. Учел сочетаемости слов при переводе. Учет конпотативных значений и стилистических характеристик лексических единиц.

**Тема 2.** **Понятие фразеологизма и устойчивого словосочетания.** Типы фразеологизмов. Роль фразеологизмов в тексте. Способы перевода фразеологизмов (поиск аналога, эквивалента, калькированный перевод, описательный).

**Тема 3. Грамматические вопросы перевода с испанского языка на русский.**

Понятие грамматической и смысловой структуры предложения. Актуальное членение предложения и перевод. Тема и рема. Инверсия. Виды артиклей. Способы передачи неопределенного/ определенного артиклей при переводе. Значимое отсутствие артикля.

**Тема 4. Общие вопросы перевода с русского языка на испанский.**

Понятие контекстуальной замены, причины ее использования. Типы контекстуальных замен. Использование приемов генерализации, конкретизации. Описательный перевод. Эвфемизмы и политкорректпость при переводе.

**ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.**

***Текущий контроль*** осуществляется в течение семестра в виде письменных контрольных работ (диктантов, тестов, эссе) и устных опросов студентов во время аудиторных занятий.

***Промежуточный контроль*** проводится в виде зачета / экзамена в конце каждого семестра. Объектом контроля являются коммуникативные умения во всех видах речевой деятельности (аудирование, говорение, чтение, письмо), ограниченные тематикой изучаемого материала.

**Итоговый контроль**имеет форму экзамена за весь курс обучения иностранному языку. Объектом контроля являются коммуникативные компетенции, достигнутые в процессе освоения дисциплины «Деловой иностранный язык».

 **Контроль** – это совместная деятельность преподавателя и студентов по определению уровня владения языком. Объектами контроля являются: а) речевые навыки студента, приобретённые в ходе обучения (языковая компетенция); б) речевые умения, обеспечивающие возможность пользоваться языком как средством общения (коммуникативная компетенция) – это ведущие объекты контроля; в) знания о стране изучаемого языка и образе жизни носителей языка (социокультурная компетенция).

 В качестве наиболее эффективных средств контроля выступают тесты, основу которых составляют тестовые задания, так как отличаются большей объективностью в сравнении с другими средствами контроля благодаря возможности измерить результаты контроля с использованием специальных шкал и матриц.

**Оценивание тестовых заданий текущего контроля по иностранному языку** **(лексика, грамматика, аудирование, чтение)**

Для оценивания тестовых заданий используем рейтинговую шкалу:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № уровня | “Цена заданийпо уровням” | Суммарныйбалл | Отметки |
| I. | 2 | 2 | 1-2 |
| II. | 4 | 6 | 3-4 |
| III. | 6 | 12 | 5-6 |
| IY. | 8 | 20 | 7-8 |
| Y. | 10 | 30 | 9-10 |

Если студентом выполнены задания I,II,III, то суммарный балл составит: 2+4+6=12. Отметка этого студента находится в интервале 5-6 баллов. Итоговая отметка (5 или 6 баллов) выставляется с учётом допущенных ошибок и их характера. При отсутствии ошибок работа студента оценивается в 6 баллов. При составлении уровневых заданий нужно иметь в виду, что “цена” одной позиции заданий первого уровня не может быть выше “цены” одной позиции заданий второго уровня. На практике это выглядит следующим образом: так, если на первом уровне было предложено выполнить два задания по две позиции в каждом, то в сумме мы имеем четыре позиции, выполнив которые правильно, студент получит два балла. “Цена” одной позиции равна 0.5 балла (2: 4=0.5). Если второй уровень состоит из одного задания, в которое включено 5 позиций, то выполнив его правильно, студент получит согласно рейтинговой шкале 4 балла, а стоимость одной позиции равна 0,8 балла (4:5=0,8).

**Перевод тестовых баллов для оценки результатов усвоения материала на этапе текущего контроля.**

|  |  |
| --- | --- |
| Количество баллов | Оценка (результат) |
| 0,5-1,5 | 1 |
| 2-3,5 | 2 |
| 4-4,5 | 3 |
| 6-8,5 | 4 |
| 9-11,5 | 5 |
| 12-15,5 | 6 |
| 16-19,5 | 7 |
| 20-25,5 | 8 |
| 26-29 | 9 |
| 30 | 10 |

**Образец контрольного теста, проводимого в рамках рейтинговой системы знаний**

**I.Dé equivalentes espaňoles:**

1.Рекламная кампания

2.Связи с общественностью

3.Политика продвижения товара

4.Целевая аудитория

**II. Escribe sinόnimos a las palabras:**

1.El marketing

2.La publicidad

3.La venta personal

4.Rebajas

 **III.Conteste si es verdadero (+) o falso (-) :**

1. Ante la abundancia de los bienes y servicios se creó un mercado de vendedores en el cual el consumidor ya tenía la posición dominante.

2. El marketing puede entenderse como una mera transacción entre un vendedor y un comprador, ni tampoco como una forma de generar beneficios.

3. La política de producto no es efectiva a menos que se garantice que el cliente también podrá conocer las características de nuestros productos. Para este fin necesitamos la política de comunicación.

4.La política de distribución no se asegura de que los bienes lleguen sin problemas hasta el cliente.

**IV. Complete las frases con las palabras adecuadas:**

1. Las redes sociales se han convertido en herramientas para conocer .... sobre los productos o servicios de una empresa.(el alcance de los clientes, las opinones de los clientes, comportamiento de los clientes).

2.La segmentaciόn del mercado permite optimizar el uso de los recursos, hacer la publicidad más efectiva, y en fin, encontrar ..... en el que se pueda competir exitosamente.(un servicio, un nicho, un sorteo,un precio)

3.La publicidad la pueden declarar engaňosa las autoridades si ..... los aspectos negativos del producto. (declara, omite, dirige)

4. La venta, en una empresa orientada al marketing, comienza desde el momento de .... sobre el segmento o la parte de la población a la que te vas a dirigir.( tomar la decisión, las rebajas, analizar las necesidades de los consumidores).

**V.Traduzca al espaňol:**

1.Ценовая политика предприятия зависит также от целевого сегмента, географической зоны, имиджа, который необходимо передать.

2.Клиенты обычно пользуются социальными сетями, чтобы поделиться своим мнением с другими.

3.Чтобы достигнуть успеха в продажах, не достаточно только предложить хорошую цену, а нужно информировать клиента о преимуществах продукта и убедить его, что это будет его лучший выбор.

4.Маркетинг – это полная переориентация предпринимательской инициативы, новая философия предприятия.

**Образец теста**

**La empresa moderna y las formas de su organizaciόn.**

**I. Выберите правильный вариант:**

1.Una empresa individual es:

a) Una empresa con personalidad jurídica propia y capital dividido en acciones.

b) Una empresa propiedad de una sola persona que recibe todos los beneficios y está expuesta al peligro de perderlo todo.

c) Una asociaciόn voluntaria de dos o más personas con la intenciόn de llevar un negocio.

d) Un tipo de sociedad anόnima formada por un único socio.

2. En las sociedades de responsabilidad limitada, los socios se hacen responsables de las deudas:

a) Dentro de los límites de su aporte al capital social.

b) De las bancarias solamente.

c) Con la mitad de su aportaciόn.

d) Con todo su patrimonio embargable.

3. En la empresa individual, desde el punto de vista jurídico de la responsabilidad del empresario frente a terceros:

a) El patrimonio de la empresa y el patrimonio del propietario son interpretados por la Ley como dos bienes distintos.

b) El empresario está exento de responsabilidad por sus deudas frente a terceros.

c) Ni el patrimonio de la empresa ni el del propietario están ligados a la responsabilidad del empresario.

d) Los patrimonios de la empresa y del empresario se fusionan en un solo bien jurídico.

4. Los títulos que garantizan la copropiedad de una sociedad limitada se denominan:

a) Obligaciones.

b) Acciones.

c) Participaciones.

d) Bonos.

5. ¿ Qué son las acciones?

a) Son las aportaciones que hacen a la sociedad los accionistas mayoritarios.

b) El dinero que la sociedad mantiene depositado en el banco.

c) Las partes alícuotas en que se divide el capital de una sociedad anόnima.

d) Son las decisiones de las Juntas Anuales.

6.La principal caracrerística de la sociedad comanditaria es que:

a) Participan dos tipos de socios con derechos y obligaciones diferentes.

b) Los socios son copropietarios del capital con igualdad de derechos.

c) Proliferan en las empresas militares.

d) La responsabilidad es limitada.

7. La principal ventaja de la pequeňa empresa es:

a) Los problemas se resuelven de una manera informal.

b) El gerente conoce bien a sus empleados y puede evaluar mejor su tabajo.

c) Estas empresas tienen un mayor poder de edaptaciόn a los cambios coyunturales del mercado por ser más flexibles.

d) Para que un trabajador solucione un problema no tiene que hacer muchos trámites a varios niveles.

8. La mayor ventaja de la gran empresa es:

a) Que en la empresa trabaja un grupo grande de especialistas que conoce la técnica y las funciones de producciόn.

b) Que proporciona economía de escala.

c) Para tomar una decisiόn, el gerente se vale de informes sobre el estado de la empresa.

d) Que los altos directivos casi no tienen vínculos directos con los empleados.

9. Las empresas según el sector econόmico en el que ejercen su actividad se clasifican en:

a) Sociedades anόnimas y de responsabilidad limitada.

b) Primarias, secundarias y terciarias.

c) Industriales y comerciales.

d) Locales, provinciales e internacionales.

10. La principal funciόn de la empresa es:

a) Proteger el medio ambiente.

b) Desarrollar la economía del país.

c) Maximizar las ganancias.

d) Producir los bienes que necesita la sociedad y recibir beneficios.

11. La empresa es:

a) Una unidad de productores asociados.

b) Una unidad de cooperativistas.

c) Una unidad econόmica de producciόn.

d) Una unidad econόmica de integraciόn.

12) El empresario en esencia es:

a) El director de la empresa

b) El que posee el paquete de control de la sociedad

c) El propietario de empresa.

d) El titular de bonos.

**ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**Методические рекомендации по изучению дисциплины** **«деловой иностранный язык 2-ой»**

Изучение иностранного языка направлено на достижение следующих целей:

развитие коммуникативной компетенции в совокупности ее составляющих, а именно:

- речевая компетенция - развитие коммуникативных умений в четырех видах речевой деятельности (чтение, аудирование, говорение и письмо);

- языковая компетенция - овладение языковыми средствами (фонетическими, орфографическими, лексическими, грамматическими) в соответствии с темами и ситуациями общения; освоение знаний о языковых явлениях изучаемого языка, разных способах выражения в родном и иностранном языках;

- социокультурная, межкультурная компетенция - приобщение к культуре, традициям, реалиям стран изучаемого языка в рамках тем, сфер и ситуаций общения, отвечающих опыту, интересам, психологическим особенностям учащихся на разных этапах обучения; формирование умения представлять свою страну, ее культуру в условиях межкультурного общения;

- компенсаторная компетенция - развитие умений выходить из положения в условиях дефицита языковых средств при получении и передаче информации;

- учебно-познавательная компетенция - развитие общих и специальных учебных умений, универсальных способов деятельности; ознакомление с доступными способами приемами самостоятельного изучения языков культур, в том числе с использованием новых информационных технологий.

При изучении иностранного языка у студентов формируются и развиваются навыки информационной культуры, что предполагает усилить внимание на развитие коммуникативно-когнитивных умений в процессе изучения предмета. Это касается прежде всего следующих умений:

 - самостоятельно и мотивированно организовать свою познавательную деятельность;

 - участвовать в проектной деятельности и проведении учебно-исследовательской работы;

 - осуществлять поиск нужной информации по заданной теме в иноязычных источниках различного типа;

 - извлекать необходимую информацию из иноязычных источников, созданных в различных знаковых системах (текст, таблица, график, диаграмма, аудиовизуальный ряд и др.);

 - переводить информацию из одной знаковой системы в другую;

 - отделять основную информацию от второстепенной;

 - критически оценивать достоверность полученной информации;

 - передавать содержание информации адекватно поставленной цели;

 - развернуто обосновывать суждения, давать определения, приводить доказательства;

 - работать продуктивно и целенаправленно с текстами художественного, публицистического и официально-делового стилей, понимать их специфику, адекватно воспринимать язык средств массовой информации;

 - создавать материал для устных презентаций с использованием мультимедийных технологий.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки рабочей программы, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса.

При подготовке к занятиям студент должен просмотреть материалы урока, рекомендованную литературу по данной теме; подготовиться к ответу на контрольные вопросы.

Успешное изучение курса требует от студентов посещения практических занятий, работа с ТСО, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой, интернет ресурсами для самостоятельной работы.

Необходимо регулярно отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Постоянная активность на занятиях, готовность ставить и обсуждать актуальные проблемы курса - залог успешной работы и положительной оценки.

 Изучение дисциплины предполагает целенаправленное использование тематической лексики, как в устной, так и в письменной формах коммуникации.

 Студенты овладевают языком для получения дополнительной информации по специальности, знакомятся с общенаучной и специальной терминологией, близкой к их будущей специальности.

 Процесс освоения дисциплины осуществляется в следующих формах: устная презентация тем, написание деловых писем, создание искусственной языковой среды по конкретным темам делового общения (деловая игра, разговор по телефону, встреча гостей, оформление билетов, написание претензий, составление договоров и т.д.).

Задачей практических занятий является создание различных деловых ситуаций в ходе общения.

В процессе изучения дисциплины студенты знакомятся, составляют деловые письма, договоры, ведут переговоры, звонят по телефону, тем самым применяя лексику устного и письменного делового общения на практике, рассказывают о своей будущей работе, приобретают необходимый словарный запас, учатся читать и понимать тексты для получения дополнительной информации по специальности, по практическому использованию делового иностранного языка, как в сфере профессиональной деятельности(экономика, предприятие, бухгалтерский учёт, рынок, деньги, маркетинг), так и для целей дальнейшего самообразования.

**Организация самостоятельной работы студентов**

Необходимым условием эффективного усвоения дисциплины является организация самостоятельной работы студентов.

**Текущая СРС** направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений. Текущая СРС в рамках дисциплины «Деловой иностранный язык» включает следующие виды работ:

 – анализ материала;

 – выполнение проблемных домашних заданий;

 – подготовка к мини-опросам;

 – подготовка к контрольным работам.

**Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа (ТСР)** ориентирована на развитие интеллектуальных умений, комплекса универсальных (общекультурных) и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала студентов, включает следующие виды работ:

– поиск, анализ, структурирование и презентация информации;

– работа над проектом.

**Содержание самостоятельной работы студентов по дисциплине**

1. Работа с материалами практических занятий: повторение материалов, подготовка к занятиям, самостоятельный поиск дополнительной информации (в соответствии с тематикой занятий).

2. Домашние задания: опережающие задания, проблемные задания.

3. Проект, направленный на решение актуальной проблемы межкультурной коммуникации в социальной, научной, деловой, управленческой сферах (на выбор студенческих команд).

**Контроль самостоятельной работы**

1. Качество работы студентов с практическими материалами контролируется на практических занятиях в виде мини-опросов и индивидуальных заданий.

2. Письменные домашние задания проверяются и оцениваются преподавателем. По результатам проверки домашних заданий при необходимости проводятся консультации.

3. Проект оценивается преподавателем и студентами на занятии по результатам защиты проекта в виде презентации.

 Текущий контроль проводится в течение изучения дисциплины. В течение семестра проверка осуществляется как в устной, так и в письменной формах. Для устного контроля выбираются такие формы как проверка способности проинтерпретировать прочитанный текст, способность адекватно понимать прослушанную информацию и выполнять задания по ней, способность проявить адекватную лингвистическую реакцию в таких формах устных заданий как ролевые игры и ситуации общения с учетом основ межкультурной коммуникации. В качестве письменной проверки используются различного рода тесты.

Оценка текущей успеваемости студентов осуществляется по результатам:

– проверки письменных домашних заданий (ответы на вопросы для предварительного обсуждения, выполнение проблемных заданий);

– устного / письменного мини-мониторинга на занятии;

– выполнения контрольных работ (тестовые задания, письменные задания с развернутым ответом).

Итоговое задание по дисциплине включают вопросы, ответы на которые дают возможность студенту продемонстрировать, а преподавателю оценить степень усвоения теоретических и фактических знаний и уровень сформированности практических навыков.

**Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов**

 **Самостоятельное изучение материала должно строиться по следующему плану:**

1. Прежде чем читать текст, внимательно прочитайте задание к тексту.

2.Сосредоточьте внимание на первом и последнем предложениях абзаца, которые чаще всего отражают основное в тексте.

3.Следите за развитием основной мысли по *ключевым* словам, которые часто повторяются в тексте.

4.Не возвращайтесь глазами к уже прочитанному, не «застревайте» на отдельных незнакомых словах и старайтесь понять основное содержание.

5. Прочитав текст, проверьте свое понимание по вопросам или другим заданиям после текста, стараясь не заглядывать в текст. Отмечайте незнакомые слова, если они мешают пониманию текста, но если встречается незнакомое слово, не надо торопиться смотреть в словаре его значение: хорошо бы понять смысл предложения, догадавшись о значении слова, либо из контекста, либо по его словообразовательной модели.

6. Затем можно приступить к переводу, консультируясь со словарем по поводу незнакомых слов. Слова необходимо соотносить с контекстом, ни в коем случае не выписывая все значения многозначных слов, а подбирая то значение, которое подходит по смыслу в данном контексте. Закончив перевод текста – отложите его в сторону. После другого вида работы вернитесь к переведенному вами тексту, перечитайте его, обращая особое внимание на то, насколько естественно звучит русский текст.

7. Если в тексте встречаются сложные слова, определите значение сложного слова по его элементам.

8. Прежде чем выполнять грамматические упражнения внимательно прочтите правила.

9. Выделите элементы, которые несут наиболее важную информацию.

10. Выпишите или подчеркните основные термины, определения, обозначения.

11. Составьте предложения из самостоятельно выбранных ключевых фраз.

12. Подготовьтесь к пересказу по ключевым словам.

13. Составьте план пересказа.

14. Воспроизведите текст по плану, введите необходимые средства связности.

15. Заключительным этапом является собственный комментарий по теме прочитанной и проработанной статьи.

**Образцы текстов для самостоятельной работы**

**El dinero moderno:las tarjetas de pago, dinero electrónico y el dinero virtual.**

 Las tarjetas de crédito y débito que utilizamos en nuestras compras diarias no tienen un origen bien claro, unos argumentan su inicio en Francia y otros defiende su origen en EEUU, lo que está claro es que su expansión fue debida gracias a Frank Macnamara cuando en 1950 funda la empresa Diners Club y crean la primera empresa independiente de emisión de tarjetas de crédito.

El uso de las tarjetas de pago sustituyó el metal de las monedas y el papel de los billetes por el plástico, permitiendo transportar y pagar grandes cantidades de dinero mediante un ligero y cómodo rectángulo de plástico.

A lo largo de la historia las tarjetas de pago han cambiado constantemente, al principio se escribían o se imprimían a mano todos los caracteres, posteriormente se estampó el número de cuenta así como otros datos de interés, en la década de los años 60 se introdujeron las primeras bandas magnéticas hasta que aparecieron las primeras tarjetas que incorporaron chips de seguridad.

Con la evolución de los ordenadores e Internet, hoy en día disponemos del conocido dinero virtual o electrónico, el cual representa a todo el dinero que se intercambia mediante medios electrónicos como un datáfono, ordenador o smartphone conectado a una red.

Las compras on-line promovidas por empresas tecnológicas como Amazon, Ebay o Apple mediante su Itunes Store han convertido a Internet como el nuevo medio para realizar compras y ventas a través de nuestro ordenador, tablet o smartphone, donde el dinero corresponde a un número electrónico que está almacenado en alguna base de datos de uno o varios servidores, este nuevo medio de pago ha sustituido al tradicional moneda o billete dejando de ser un dinero tangible (que podemos tocar y verlo) a ser un dinero intangible (un número virtual).

Por último y otra vez debido a Internet está implantándose con gran fuerza una nueva moneda totalmente virtual llamada Bitcoin, esta moneda no está respaldada por ningún gobierno ni estado, su éxito viene basado en la aceptación de una gran parte de los navegantes o usuarios de Internet así como que su valor está regido por la ley de la oferta y demanda encontrándose no regulado bajo ningún banco central o institución financiera, existen otros ejemplos de monedadas virtuales como Litecoin, Ripple o Terracoin que cada vez están adquiriendo mayor aceptación entre los usuarios.

Ahora que ya sabes lo que es el dinero, ¿sabías que la palabra dinero proviene del latín Dinarium que fue una moneda creada por los antiguos romanos para establecer relaciones comerciales y pagar a los trabajadores?

**El desafío del marketing verde para las empresas y consumidores**

Las empresas peruanas tienen el reto de ofrecer productos seguros para el medio ambiente. Algunas ya lo hacen, pero también es necesario que el consumidor local los prefiera. Para el profesor Wakabayashi, las acciones de las empresas que manejan conceptos de sostenibilidad valen 10% más en el Dow Jones, que aquellas que no lo tienen.

En el 2009 se dio a conocer una encuesta del Instituto de Opinión Pública de la Universidad Católica, en la cual se confirma una tendencia: el interés de los peruanos por la conservación del medio ambiente, pero también el poco compromiso real de los consumidores en este tema. Así, el 89% considera muy importante el problema de la conservación ambiental, pero el 56% señala que pocas veces compraba productos ecológicos o no contaminantes."El consumidor peruano aún no es selectivo en este campo por la educación que ha recibido. Le es indiferente", afirmó el ex ministro del Ambiente, Antonio Brack.

Los expertos definen el marketing ecológico como el marketing de productos que son seguros para el medio ambiente, y al consumidor verde como aquel que es consciente de su responsabilidad ecológica como consumidor y que lo demuestra con sus hábitos de compra.

Así, este tipo de público está informado, lee etiquetas, revisa Internet y está dispuesto a pagar un 20% más por un producto o servicio ecológico, explicó la ingeniera ambiental Johanna Poggi.

Según el "ranking verde" de Greenpeace, la compañía Nokia es una de las que más se preocupa de incorporar el marketing ecológico a sus políticas. Este tipo de empresas tecnológicas son medidas en el ranking de acuerdo con su nivel de protección al medio ambiente, mediante la eliminación de químicos tóxicos, el reciclaje y sus soluciones para combatir el cambio climático.

Por su parte, Samsung instauró un plan para que sus fábricas sean amigables con la naturaleza, invirtiendo más de US$ 4,300 millones para reducir en 50% las emisiones de carbono y así colaborar con un futuro más sustentable.

El marketing verde es una respuesta de las empresas para adecuar sus productos y procesos comerciales no solo a satisfacer las necesidades del mercado, sino para que sean compatibles y convivan con el ambiente. Mencionó que en el caso peruano, las empresas del sector bebidas han aplicado estrategias de marketing de este tipo. "Algunas firmas están reduciendo el grosor de los envases, con lo cual, el impacto del plástico en el ambiente se reduce", señaló. Wakabayashi añadió que las empresas toman la decisiόn de desarrollar este nuevo enfoque del marketing no solo con un fin altruista, sino porque responde a una necesidad y deseo de los consumidores y de la sociedad.

**СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

**Основная литература:**

1. Гринина Е.А., Микаэлян Ю.И. Español actual / Е.А. Гринина, Ю.И. Микаэлян. – М.: Филоматис, 2015. – 203 с.

2. Душевский, А. A. Испанский для экономистов / А.А. Душевский, Е.В. Дыро, М.Н. Мардыко. БГЭУ, 2012. – 150 с.

3. Иовенко, В.А. Общий перевод с испанского / В.А. Иовенко. – М.: ЧеРо, 2008. – 315 с.

4. Калустова, О.М. Бизнес-курс испанского языка / О.М. Калустова. – К: ООО ИП Логос, 2003. – 230 с.

5. Мигель Арсуага-Герра Испанский язык для делового общения / Мигель Арсуага-Герра. - М.: ЧеРо, 2005.

6. Мигель Арсуага-Герра Испанский язык для современной предпринимательской деятельности / Учебное пособие – M.: Филоматис, 2011.

7. Carmen Rosa de Juan El español en el ámbito jurídico / Carmen Rosa de Juan. – Madrid: Edinumen, 2010. – 280 с.

8. Claudia Fernández, Javier Lahuerta, Ivonne Lerner /Manual de espanol/ Conforme al Plan Curricular del Instituto Cervantes – Madrid, 2012.

9. Lago, A. F. Español para el comercio internacional / A. F. Lago. – Madrid, 2005. – 210 с.

10. Marta Baralo, Marta Genís, M.a Eugenia Santana/ Espaňol Lengua Extranjera, Avanzado B2 – Grupo Anaya, S.A., Madrid,2012. – 294 p.

**Дополнительная литература:**

1. Борисенко, И.И. Грамматика испанской разговорной речи с упражнениями / И.И. Борисенко. – М.: Высшая школа, 2000. – 235 с.

2. Дыро, Е.В. Испанский для экономистов / Е.В. Дыро, М.Н. Мардыко, Н.В. Попок. – Минск: БГЭУ, 2005. – 230 с.

3. Киселёв, A.B. Испания. География. История / A.B. Киселёв. – Санкт-Петербург: КАРО, 2001. – 156 с.

4. Комарова, Ж.Т. Испанский для всех / Ж.Т. Комарова. – М.: Менеджер, 2005. – 185 с.

5. Alonso, R. Gramática básica del estudiante de español / R. Alonso. – Tesys, 2005. – 215 с.

6. Baralo Marta, Genís Marta, Santana M.a Eugenia. Español Lengua Extranjera / Marta Baralo. Madrid: Grupo Anaya, S.A., 2012. – 294 p.

7 Fernández Claudia, Lahuerta Javier, Lerner Ivonne Manual de español / Claudia Fernández. – Madrid: Instituto Cervantes, 2012. – 122 p.

1. Pareja, María José. Temas de empresa / María José Pareja. –Madrid: Edinumen, 2014. – 214 p.

**ДРУГИЕ СПРАВОЧНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**Compañía de seguros (aseguradora). Contrato de seguro.**

Una compañía de seguros o aseguradora es la empresa especializada en el seguro, cuya actividad económica consiste en producir el servicio de seguridad, cubriendo determinados riesgos económicos (riesgos asegurables) a las unidades económicas de producción y consumo.

El seguro es el mecanismo por el cual quienes soportan riesgos pueden transferirlos al asegurador, quien se compromete a indemnizarlo total o parcialmente de las pérdidas que los riesgos pueden ocasionar. Al realizar un contrato de seguro, se intenta obtener una protección económica de bienes o personas que pudieran en un futuro sufrir daños.

La actividad de una compañía de seguros es una operación para acumular riqueza, a través de las aportaciones de muchos sujetos expuestos a eventos económicos desfavorables, para destinarlo así acumulado, a los pocos a quienes se presenta la necesidad.

Desde el punto de vista económico financiero, las empresas aseguradoras son intermediarios financieros, que emiten como activo financiero específico las pólizas o contratos de seguros, obteniendo financiación mediante el cobro del precio o prima del seguro.

La prima es uno de los elementos indispensables del contrato de seguro. Es el precio del seguro o contraprestación, que establece una compañía de seguros calculada sobre la base de cálculos actuariales y estadísticos teniendo en cuenta la frecuencia y severidad en la ocurrencia de eventos similares, la historia misma de eventos ocurridos al cliente, y excluyendo los gastos internos o externos que tenga dicha aseguradora.

La técnica del seguro se basa en el pago anticipado de los recursos que se invierten a largo plazo, fijándose las reservas especiales, las denominadas provisiones técnicas, que garantizan, cuando ocurran eventos dañosos, el pago de las indemnizaciones por siniestro.

Por el contrato de seguro, el Asegurador o Compañía de Seguros, al recibir una prima en concepto de pago, se obliga frente al Asegurado a indemnizarle según lo pactado, si deviene el evento esperado. Todo esto debe quedar claramente establecido entre el Asegurado y la Compañía de Seguros en una póliza o contrato.

 El contrato de seguros es el acuerdo por el cual una de las partes, el asegurador, se obliga a resarcir de un daño o a pagar una suma de dinero a la otra parte, tomador, al verificarse la eventualidad prevista en el contrato, a cambio del pago de un precio, denominado prima, por el tomador. El contrato de seguro puede tener por objeto toda clase de riesgos si existe interés asegurable.

El contratante o tomador del seguro, que puede coincidir o no con el asegurado, por su parte, se obliga a efectuar el pago de esa prima, a cambio de la cobertura otorgada por el asegurador, la cual le evita afrontar un perjuicio económico mayor, en caso de que el siniestro se produzca.

Participantes de contratos de seguros

 El asegurador (страховщик, страховая компания) es la persona jurídica que se dedica a asumir riesgos ajenos mediante la percepción de un cierto precio llamado prima (страховая премия).

 El tomador (страхователь) es la persona natural o jurídica que contrata y suscribe la póliza de seguro, por cuenta propia o de un tercero, busca trasladar un determinado riesgo a un tercero (empresa aseguradora) a efecto de que le sean resarcidos a él o a un tercero los daños o perdidas que puedan derivar del acaecimiento de un suceso incierto a la fecha del contrato de seguro. Con tal objeto deberá abonar una retribución (prima) al asegurador.

 El asegurado (застрахованное лицо) es la persona natural o jurídica a quien el acaecimiento del siniestro va a afectarle más directamente. En definitiva, es aquel sobre cuya cabeza o bienes van a recaer las consecuencias del siniestro. La figura del asegurado es esencial dentro del contrato de seguro.

 El beneficiario (выгодоприобретатель) es la persona que tiene derecho a recibir la prestación del asegurador. La figura del beneficiario tiene especial relevancia en los seguros de personas, ya que con frecuencia están destinados a aprovechar a un tercero, e incluso en ciertas modalidades esto es necesario, como ocurre en los seguros para caso de muerte.

 El agente de seguros (страховой агент) es el intermediario entre la compañía y el cliente, para poder intermediar deberá contar con una autorización, tanto de la compañía que representa como de un órgano gubernamental que lo vigila. El agente de seguros está autorizado para verificar que el riesgo existe y está en condiciones de ser asegurado.

Elementos formales del contrato de seguro

• Proposición: es un contrato de buena fe, donde la compañía cree lo que declara el proponente (cliente) para apreciar el riesgo y así determinar el costo y alcance del seguro.

• Póliza: la póliza es el documento principal que instrumenta el contrato de seguro, en donde constan los derechos y obligaciones de las partes, es un documento privado redactado en varios folios. Las condiciones generales están impresas, mientras las condiciones particulares son personalizadas. El contenido obligatoria de la póliza es:

• Los nombres, domicilios de los contratantes y firma de la empresa aseguradora;

• La designación de la cosa o de la persona asegurada;

• La naturaleza de los riesgos garantizados;

• El momento a partir del cual se garantiza el riesgo y la duración de esta garantía;

• El monto de la garantía;

• La cuota o prima del seguro;

• Las demás cláusulas que deban figurar en la póliza de acuerdo con las disposiciones legales, así como las convenidas lícitamente por los contratantes.

• Apéndice

Clases de seguros

Existe gran cantidad de clases de seguros, que pueden ser clasificados de la siguiente forma:

Seguro de intereses:

Por el objeto: el interés puede ser sobre un bien determinado, sobre un derecho determinado a un bien o derivado de un bien y sobre todo el patrimonio.

Seguro contra incendio:Aquel que garantiza al asegurado la entrega de la indemnización en caso de incendio de sus bienes determinados en la póliza o la reparación de los mismos.

Seguro contra robo: Aquel en el que el asegurador se compromete a indemnizar AL asegurado por las pérdidas sufridas a consecuencia de la desaparición de los objetos asegurados.

Seguro de transporte:Aquel por el que una entidad aseguradora se compromete al pago de determinadas indemnizaciones a consecuencia de los daños sobrevenidos durante el transporte de mercancías.

Seguro de personas:

En sentido estricto: Seguro sobre la vida humana - es aquel en el que el pago por el asegurador de la cantidad estipulada en el contrato se hace dependiendo del fallecimiento o supervivencia del asegurado en una época determinada.

En sentido amplio, a los seguros que cubren un acontecimiento que afecta la salud o integridad corporal.

Otros seguros:

Seguro complementario: Aquel que se incorpora a otra con objeto de prestar a la persona asegurada en ambos una nueva garantía o ampliar la cobertura preexistente.

• Seguro de enfermedad: Es aquel en virtud, en caso de enfermedad del asegurado, se le entrega una indemnización prevista previamente en la póliza.

• Seguro de orfandad: Aquel que tiene por objeto la concesión de una pensión temporal a favor de los hijos menores de 18 años en caso de fallecimiento del padre o de la madre de los que dependan económicamente.

Seguro acumulativo: Aquellos en el que dos o más entidades de seguros cubren independientemente y simultáneamente un riesgo.

Seguro contra todo riesgo: Aquel en el que se han incluido todas las garantías normalmente aplicables a determinado riesgo.

• Seguro de accidentes: Aquel que tiene por objeto la prestación de indemnizaciones en caso de accidentes que motiven la muerte o incapacidad del asegurado, a causa de actividades previstas en la póliza. A veces obligatorios para obtención de visas dependiendo del territorio.

• Seguro de asistencia de viajes: Aquel seguro conducente a resolver las incidencias de diversa naturaleza que le hayan surgido durante un viaje.

• Seguro de automóviles:Aquel que tiene por objeto la prestación de indemnizaciones derivadas de accidentes producidos a consecuencia de la circulación de vehículos.

Seguro colectivo: Aquel contrato de seguro sobre personas, que se caracteriza por cubrir mediante un solo contrato múltiples asegurados que integran una colectividadhomogénea.

Seguros obligatorios:

La Ley suele establecer determinados seguros con carácter obligatorio, ejemplos de seguros obligatorios por ley son los siguientes:

• Seguro obligatorio de vehículos, que es seguro básico del ramo más amplio del seguro del automóvil

• Seguro de perros considerados peligrosos.

• Seguro deportivos: Cubren las actividades deportivas, entrenamientos y competencias, desarrolladas bajo la supervisión y/o autorización de la institución por la cual fue contratada la cobertura y durante la vigencia señalada en la póliza.

• Seguro de caza: La mínima cobertura que puede conseguir es la póliza de responsabilidad civil del Cazador que cubre los daños involuntarios que pudiese ocasionarle a otros durante la actividad de la caza.

• Seguro de Buceo: La mayoría incluyen rehabilitación, asistencia quirúrgica, medicación, gastos así como los de prótesis o similares. Algunas pólizas establecen una profundidad máxima a la que puede descender el asegurado.

• Seguro de Bicicleta: (Seguro deportivo no obligatorio)Seguro de responsabilidad Civil y para obtenerlo es necesario que se afilie a la entidad y registre su bicicleta.

• Seguro de Esquí: (Seguro deportivo no obligatorio)Mínimo seguro de responsabilidad Civil.

• Seguros de Quad: Un quad necesita contar con un seguro de responsabilidad civil obligatoria para circular.

Seguros poco comunes:

• Asegurar una parte del cuerpo. Las piernas, el pecho, la nariz, etc.

• Asegurar un sorteo. Si sale premiado lo paga la aseguradora y si no sale la aseguradora ha ganado.

• Seguro de vehículos de duración un día. Por ejemplo vehículos antiguos que se conducen uno o pocos días al año.

• Seguro de título inmobiliario. También llamado seguro de título, es un tipo de seguro creado en los Estados Unidos para proteger toda clase de compraventa inmobiliaria ogravamen sobre inmueble. Según Carlos Odriozola autor del primer libro escrito sobre el tema en idioma castellano "El Seguro de Título Inmobiliario", el seguro de título es un convenio de indemnización, pues colateralmente a una operación principal, que puede ser la compraventa o la hipoteca, la aseguradora se obliga a indemnizar al aseguradoen el caso de que éste tuviera alguna pérdida causada por acciones incoadas por un tercero.

**La concesión de un crédito. Tipos de crédito.**

El crédito es una operación financiera donde una persona presta una cantidad determinada de dinero a otra persona llamada “deudor”, en la cual este último se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido según las condiciones establecidas para dicho préstamo más los intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiera.

La palabra crédito proviene del latín credititus (sustantivación del verbo credere: creer), que significa "cosa confiada". Así "crédito" en su origen significa entre otras cosas, confiar o tener confianza. Se considerará crédito, el derecho que tiene una persona acreedora a recibir de otra deudora una cantidad en numerario para otros. En general es el cambio de una riqueza presente por una futura, basado en la confianza y solvencia que se concede al deudor. El crédito, según algunos economistas, es una especie de cambio que actúa en el tiempo en vez de actuar en el espacio. Así, si un molinero vende 100 sacos de trigo a un panadero, a 90 días plazo, significa que confía en que llegada la fecha de dicho plazo le será cancelada la deuda. En este caso se dice que la deuda ha sido "a crédito, a plazo".

Los Establecimientos Financieros de Crédito (EFC) o las financieras son entidades que se dedican exclusivamente a realizar operaciones de crédito (concesión de hipotecas, préstamos personales, tarjetas, avales...) sin captar depósitos de los clientes. Son entidades reguladas por el Banco de España. Si bien su actividad podría confundirse en general con la de un banco, los EFC tienen muy delimitadas sus funciones. En concreto se dedican en exclusiva a la entrega de créditos en sus diferentes modalidades, también gestionan y emiten tarjetas de crédito y conceden avales y garantías. Tienen completamente prohibido captar depósitos a plazo.

A la hora de solicitarle un préstamo al banco, necesitas tomar en cuenta varias cosas:

1. Determina el monto del préstamo que necesitas.

2. Demouesta que puedes pagar el monto que estás solicitando con recibos de nómina, estados de cuenta y declaraciones anuales de hacienda.

3. Acude al banco para informes y orientación.

4. Pide la asesoría de un contador que te ayude a poner tus libros y registros en orden antes de solicitar el préstamo.

5. Análisis de tu historial crediticio por parte del banco

6. Si eres cliente de varios bancos, compara los plazos y condiciones que te ofrece cada uno.

Existen varios tipos de créditos:

• Crédito tradicional: Préstamo que contempla un pie y un número de cuotas a convenir. Habitualmente estas cuotas incluyen seguros ante cualquier siniestro involuntario.

• Crédito al consumo: Préstamo a corto o mediano plazo (1 a 4 años) que sirve para adquirir bienes o cubrir pago de servicios.

• Crédito comercial: Préstamo que se realiza a empresas de indistinto tamaño para la adquisición de bienes, pago de servicios de la empresa o para refinanciar deudas con otras instituciones y proveedores de corto plazo.

• Crédito hipotecario: Dinero que entrega el banco o financiera para adquirir una propiedad ya construida, un terreno, la construcción de viviendas, oficinas y otros bienes raíces, con la garantía de la hipoteca sobre el bien adquirido o construido; normalmente es pactado para ser pagado en el mediano o largo plazo (8 a 40 años, aunque lo habitual son 20 años).

• Crédito consolidado: Es un préstamo que reúne todos los otros préstamos que un prestatario tiene en curso, en un único y nuevo crédito. Habitualmente estos préstamos consolidados permiten a quienes los suscriben pagar una cuota periódica inferior a la suma de las cuotas de los préstamos separados, si bien en contraprestación suele prolongarse el plazo del crédito y/o el tipo de interés a aplicar.

• Crédito personal: Dinero que entrega el banco o financiera a un individuo, persona física, y no a persona jurídica, para adquirir un bien mueble (entiéndase así por bienes que no sean propiedades/viviendas), el cual puede ser pagado en el mediano o corto plazo (1 a 6 años).

• Crédito prendario: Dinero que le entrega el banco o entidad financiera a una persona física, y no a personas jurídicas para efectuar la compra de un bien mueble, generalmente el elemento debe de ser aprobado por el banco o entidad financiera , y puesto que este bien mueble a comprar quedara con una prenda, hasta una vez saldada la deuda con la entidad financiera o Bancaria.

• Crédito rápido: Es un tipo de préstamo que suelen comercializar entidades financieras de capital privado, de baja cuantía y cierta flexibilidad en los plazos de amortización, convirtiéndose en productos atractivos sobre todo en casos de necesidades urgentes de liquidez.

• Mini Crédito: Préstamo de baja cuantía (hasta 600 euros) a devolver en no más de 30 días que conceden las entidades de crédito. Se caracterizan por su solicitud ágil, su aprobación o denegación rápidas y por ser bastante más caros que los préstamos bancarios.

**Créditos rápidos en España**

Antes de leer el texto, contesten qué significa “llevarse el gato al agua”?

 Hace una década, apenas tres entidades operaban de forma significativa en este segmento. Hoy ya hay cinco grandes firmas que se reparten el pastel de los créditos rápidos. Cofidis, Eurocrédito y Banco Sigma son los tres establecimientos financieros de crédito especializados sólo en créditos rápidos que operan en España.

Además, el año pasado entraron en este negocio grandes bancos como Santander o Banco Popular. Por su parte, Banco Popular cuenta, también, con un crédito rápido, denominado Optiline, que se comercializa a través de la filial de Internet del banco, bancopopular-e.com.

Uno de los rasgos más llamativos de estos préstamos y de las entidades que los comercializan es la popularidad que están adquiriendo gracias a sus anuncios televisivos. En ellos intentan resaltar la rapidez con la que conceden el préstamo y los escasos papeleos que hay que realizar. La banca tradicional lucha a brazo partido por prestar dinero a los españoles. Es la guerra del activo. En esta ocasión, la batalla se libra contra las entidades financieras de crédito (EFC) por los créditos rápidos. Y el escenario es la televisión. Y es que, a pesar de que el endeudamiento de las familias españolas sigue marcando récord históricos y aunque el ahorro sigue cayendo, estos productos se están haciendo cada vez más socorridos para afrontar pequeños imprevistos, o simplemente para darse un capricho.

En los últimos años, este negocio ha registrado tasas de crecimientos anuales entre el 30% y el 40%, y en los próximos años fuentes del sector esperan incrementos en torno al 25%, porcentajes que no han pasado inadvertidos para bancos y cajas de ahorros, que han visto cómo en los últimos años han sido las Entidades Financieras de Crédito (EFC) las que se llevaban el gato al agua.

Por ello, la gran banca se ha puesto manos a la obra y ante el potencial de crecimiento de los créditos rápidos ha intensificado la publicidad de sus productos, especialmente en televisión, donde los espacios matinales están dominados por anuncios que prometen dinero rápido, fácil y sin pedir explicaciones. BBVA (Dinero Express), Santander (Credi Ágil) o Banco Popular (Optiline), son sólo algunas de las entidades que se esconden detrás la publicidad de los créditos rápidos, que, por otra parte, gozan de bastante audiencia.

**No es oro todo lo que reluce o nadie da duros a cuatro pesetas...**

En ocasiones, los interesados en un crédito rápido no suelen prestar la atención que merece al dato del tipo de interés que le aplicarán por el dinero solicitado, ni a las comisiones. Muchos usuarios se dejan llevar por la posibilidad de tener el dinero de forma instantánea, que es una de las principales características de este tipo de préstamos. Además, la libertad de poder utilizar el dinero sin tener que justificar su finalidad a la entidad financiera que lo concede es otro de los rasgos que más promueven su solicitud.

El crédito se contrata prácticamente sin hacer papeleos. Para poder contratar un préstamo de este tipo, los documentos que suelen solicitar las entidades son una fotocopia del DNI, la última nómina, un recibo domiciliado en un banco ( y sólo en ocasiones) y el número de la cuenta corriente en la que se domiciliará el préstamo. La entidad se compromete a facilitar el dinero en el plazo de 24 ó 48 horas después de recibir toda la documentación requerida.

Comunicación externa de la empresa

**Las negociaciones. El acuerdo. La firma del acuerdo.**

Comunicación externa de la empresa es la comunicación en donde el mensaje se dirige hacia fuera de la empresa, es decir, se dirige hacia los consumidores, el público en general, grupos de opinión, etc. Tiene como objetivo informar sobre la existencia de un producto o servicio, informar sobre sus principales beneficios o características, informar sobre las actividades en que participa la empresa, etc.

Para realizar este tipo de comunicación se utilizan tales medios como la televisión, la radio, la prensa escrita, llamadas telefónicas, envío de e-mails, Internet, afiches, carteles, volantes, paneles, tarjetas de presentación, cartas publicitarias, catálogos, folletos, etc.

Un aspecto importante en la comunicación externa son las relaciones públicas, en donde, a través de la participación en eventos, actividades, seminarios, labores sociales, etc., se busca crear y mantener una buena imagen o reputación de la empresa.

Una de las formas más populares de la comunicación externa son las negociaciones. La negociación se puede definir como la relación que establecen dos o más personas en relación con un asunto determinado con vista a acercar posiciones y poder llegar a un acuerdo que sea beneficioso para todos ellos. La negociación se inicia cuando hay diferencias en las posiciones que mantienen las partes. La negociación busca eliminar esas diferencias, normalmente acercando las posiciones en forma gradual hasta llegar a un punto aceptable para todos. Sólo con que una de las partes no tuviera esta voluntad de entendimiento no habría negociación. Una regla que debe presidir cualquier negociación y que facilita enormemente el poder llegar a un acuerdo es el respeto a la otra parte.

Hay que buscar un acuerdo que satisfaga las necesidades de todos los implicados. La negociación debe basarse por lo tanto en un esquema de cooperación.

Un buen negociador debe ser entusiasta, persuasivo, muy observador, sociable, respetuoso, honesto, meticuloso, sólido, ágil, resolutivo, paciente y creativo. Entre las principales virtudes de un buen negociador destacan la flexibilidad y la creatividad. La flexibilidad define su capacidad de maniobra, el saber ajustarse a cada situación concreta. La creatividad se refiere a su habilidad para encontrar soluciones alternativas, para encontrar puntos de acuerdo allí donde aparentemente no los hay.

Cada negociación es diferente y exige una aproximación específica. No se puede tratar de utilizar siempre el mismo esquema de negociación, pues no hay dos clientes iguales y cada uno de ellos exige un trato determinado.

No obstante, se podría hablar de dos estilos básicos de negociación :

a.- negociación inmediata

b.- negociación progresiva

La negociación inmediata busca llegar con rapidez a un acuerdo, sin preocuparse en tratar de establecer una relación personal con la otra parte. Se busca maximizar su beneficio a costa del otro.

La negociación progresiva busca en cambio una aproximación gradual y en ella juega un papel muy importante la relación personal con el interlocutor. Se intenta crear una atmósfera de confianza antes de entrar propiamente en la negociación.

El éxito de una negociación depende en gran medida de conseguir una buena comunicación entre las partes. Cada uno de ellos tiene que ser capaz de comunicar de forma clara cuáles son sus planteamientos y cuales son sus objetivos, y cerciorarse de que la otra parte ha captado con exactitud el mensaje.

La causa principal de los fallos de comunicación reside generalmente en que no sabemos escuchar. Estamos más preocupados en lo que queremos decir que en oír lo que nos dicen. La buena comunicación exige una escucha activa:

1.- Concentrarse en lo que nos está diciendo el interlocutor y no estar pensando en lo que uno va a responder.

2.- Cuando el interlocutor ha expuesto una idea importante conviene repetir sus palabras ("Lo que usted quiere decir es que...") para asegurarnos que lo hemos entendido perfectamente.

3.- La otra persona agradecerá que se le preste atención, lo que mejorará el ambiente de la negociación. En su momento él también nos prestará la atención debida.

Por lo general nos cuesta trabajo preguntar, evitamos realizar algunas preguntas por miedo a molestar; y si la respuesta no nos ha quedado clara nos resulta aún más difícil insistir.

Un buen negociador se distingue porque sabe preguntar, no tiene miedo a insistir si la contestación no le ha convencido, da tiempo al interlocutor para que responda oportunamente, no trata de llenar el silencio que se pueda producir autorrespondiéndose.

Lo que toca al lenguaje, éste debe ser sencillo y claro, para que facilite la comprensión. Cuando se negocia con un grupo hay que utilizar un lenguaje que sea comprensible para todos ellos, de modo que les resulte fácil seguir la conversación. No se trata de impresionar al interlocutor con la riqueza de lenguaje que uno posee sino de facilitar al máximo la comunicación, evitando malentendidos. No obstante, habrá momentos en que se toquen temas ya más técnicos (de ingeniería, financieros, jurídicos, etc.) donde los especialistas de cada grupo utilizarán un lenguaje más específico. Hay que ser especialmente cuidadoso cuando el interlocutor sea una persona extranjera, con diferente lengua materna. También hay que prestar atención y tratar de entender el lenguaje no verbal de nuestro interlocutor. Este lenguaje se emplea normalmente de modo inconsciente, por lo que resulta muy difícil de manipular.

Es lógico defender nuestras posiciones y rechazar aquellos planteamientos de la otra parte con los que no coincidamos, pero ello sin dañar la imagen de nuestro oponente ya que las relaciones personales podrían resentirse. Hay que exponer las opiniones con firmeza, no usar la arrogancia, no rechazar las opiniones con desprecio. El lenguaje permite suavizar las formas sin perder por ello firmeza.

No es lo mismo decir "lo que usted plantea es ridículo", que decir "lamento decirle que no podemos aceptar su planteamiento".

Durante la negociación hay que mantener las reglas básicas de cortesía: no interrumpir, contestar cada pregunta que nos formulen (no guardar silencio), no monopolizar la conversación, mantener contacto visual con el interlocutor, etc.

Las posibles pausas (intermedios, almuerzos, etc.) hay que aprovecharlas para dejar a un lado el tono formal y acalorado de la discusión y tratar de recuperar una atmósfera más distendida.

La negociación genera a veces tal estado de tensión que puede llevar a uno a perder el control. Sube el tono de la discusión, se hacen comentarios muy fuertes, se dicen cosas que no se piensan, surgen los enfados, etc. Lo mejor es mantener siempre la calma y ser comprensible con este tipo de reacción del oponente (no hay que tomarlo como un ataque personal), ante un comentario impertinente o ante un ataque personal conviene mantener la calma y no responder en el mismo tono, en ninguna discusión se debe acorralar al oponente, siempre hay que tratar de darle una salida airosa.

En toda negociación se pueden distinguir tres fases diferenciadas que son:

1.- Preparación

2.- Desarrollo

3.- Cierre

La preparación es el periodo previo a la negociación propiamente dicha y es un tiempo que hay que emplear en buscar información y en definir nuestra posición:

1.- Recopilar la información pertinente

2.- Clarificar nuestra oferta

3.- Conocer a nuestros competidores

4.- Definir con precisión nuestros objetivos

5.- Definir la estrategia y tácticas a emplear

6.- Contactar con otros departamentos y unificar criterios.

7.- Determinar nuestro margen de maniobra, hasta dónde ceder y qué tipo de acuerdos firmar.

 El desarrollo de la negociación abarca desde que nos sentamos a la mesa de negociación hasta que finalizan las deliberaciones, ya sea con o sin acuerdo. Es la fase en la que ambas partes intercambian información (definen sus posiciones), detectan las discrepancias y tratan de acercar posturas mediante concesiones. Su duración es indeterminada, requiriendo frecuentemente altas dosis de paciencia. Por lo general no es conveniente precipitar acontecimientos, siendo preferible esperar a que las ideas vayan madurando.

 En ocasiones la negociación comienza con una presentación que realiza la parte oferente. Esta presentación tiene que estar rigurosamente preparada, no se puede dejar nada a la improvisación ya que de ella puede depender en gran medida el éxito de la negociación. En esta presentación hay que conseguir captar la atención de la otra parte, despertarle su interés por nuestra oferta. La presentación debe ser atractiva, ligera y sugerente. La presentación gana en interés si se apoya con medios audiovisuales: transparencias, presentación en power-point, planos, folletos. También se puede presentar una muestra del producto. Durante la presentación se contestarán las preguntas que vayan surgiendo pero de modo escueto, sin profundizar sobre el tema.

 El cierre de la negociación puede ser con acuerdo o sin él. Antes de dar por alcanzado un acuerdo hay que cerciorarse de que no queda ningún cabo suelto y de que ambas partes interpretan de igual manera los puntos tratados. Una vez cerrado hay que recoger por escrito todos los aspectos del mismo. Conviene estar muy atento ya que en el documento se tienen que precisar muchos detalles que hasta ese momento probablemente apenas se hayan tratado.

 Un malentendido que no se detecte a tiempo o una cláusula del contrato que quede ambigua puede dar lugar el día de mañana a una disputa legal. La negociación también puede finalizar con ruptura y aunque no conviene precipitarse a la hora de tomar esta decisión, es una posibilidad que conviene contemplar cuando se negocia.

 La negociación es un arte que exige un aprendizaje permanente. Cada negociación es un ensayo general de la siguiente.

EL ACUERDO marca el final de una negociación que ha concluido con éxito. Cuando por fin se alcanza un acuerdo no hay que arriesgarse a estropearlo planteando nuevas exigencias. Cuando finalmente se alcanza un acuerdo hay que plasmarlo por escrito, no puede quedar exclusivamente en un compromiso verbal. El acuerdo escrito permite :

1.- Interpretar fielmente los términos del mismo si durante su ejecución surgen diferencias;

2.- Sirve de modelo para futuras renovaciones;

3.- El acuerdo escrito queda plasmado aunque algunas de las personas que intervinieron en la negociación no continúen en la empresa;

4.- Dicho acuerdo es el resultado de la aceptación de un planteamiento final que incluye numerosos puntos: número de unidades, características técnicas, plazo de entrega, precio, facilidades financieras, descuentos, garantías, etc.;

5.- Este acuerdo final es un momento clave en la negociación; en ese momento quedan fijadas las condiciones, ya no hay marcha atrás.

 El documento donde se recoge el acuerdo exige una lectura reposada, debiendo uno cerciorarse de que recoge fielmente todos los puntos tratados. Antes de firmar un documento hay que tener la seguridad plena de que recoge exactamente lo que uno ha negociado. Este documento debe ser lo más exhaustivo posible, debe recoger cualquier aspecto que pueda afectar al desarrollo del acuerdo o cualquier eventualidad que se pueda presentar. Es necesario revisar la "letra pequeña" que puede tener gran trascendencia durante la vida del acuerdo.

**СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

**Основная литература:**

1. Гринина Е.А., Микаэлян Ю.И. Español actual / Е.А. Гринина, Ю.И. Микаэлян. – М.: Филоматис, 2015. – 203 с.

2. Душевский, А. A. Испанский для экономистов / А.А. Душевский, Е.В. Дыро, М.Н. Мардыко. БГЭУ, 2012. – 150 с.

3. Иовенко, В.А. Общий перевод с испанского / В.А. Иовенко. – М.: ЧеРо, 2008. – 315 с.

4. Калустова, О.М. Бизнес-курс испанского языка / О.М. Калустова. – К: ООО ИП Логос, 2003. – 230 с.

5. Мигель Арсуага-Герра Испанский язык для делового общения / Мигель Арсуага-Герра. - М.: ЧеРо, 2005.

6. Мигель Арсуага-Герра Испанский язык для современной предпринимательской деятельности / Учебное пособие – M.: Филоматис, 2011.

7. Carmen Rosa de Juan El español en el ámbito jurídico / Carmen Rosa de Juan. – Madrid: Edinumen, 2010. – 280 с.

8. Claudia Fernández, Javier Lahuerta, Ivonne Lerner /Manual de espanol/ Conforme al Plan Curricular del Instituto Cervantes – Madrid, 2012.

9. Lago, A. F. Español para el comercio internacional / A. F. Lago. – Madrid, 2005. – 210 с.

10. Marta Baralo, Marta Genís, M.a Eugenia Santana/ Espaňol Lengua Extranjera, Avanzado B2 – Grupo Anaya, S.A., Madrid,2012. – 294 p.

**Дополнительная литература:**

1. Борисенко, И.И. Грамматика испанской разговорной речи с упражнениями / И.И. Борисенко. – М.: Высшая школа, 2000. – 235 с.

2. Дыро, Е.В. Испанский для экономистов / Е.В. Дыро, М.Н. Мардыко, Н.В. Попок. – Минск: БГЭУ, 2005. – 230 с.

3. Киселёв, A.B. Испания. География. История / A.B. Киселёв. – Санкт-Петербург: КАРО, 2001. – 156 с.

4. Комарова, Ж.Т. Испанский для всех / Ж.Т. Комарова. – М.: Менеджер, 2005. – 185 с.

5. Alonso, R. Gramática básica del estudiante de español / R. Alonso. – Tesys, 2005. – 215 с.

6. Baralo Marta, Genís Marta, Santana M.a Eugenia. Español Lengua Extranjera / Marta Baralo. Madrid: Grupo Anaya, S.A., 2012. – 294 p.

7 Fernández Claudia, Lahuerta Javier, Lerner Ivonne Manual de español / Claudia Fernández. – Madrid: Instituto Cervantes, 2012. – 122 p.

8. Pareja, María José. Temas de empresa / María José Pareja. –Madrid: Edinumen, 2014. – 214 p.