

# **Español para el comercio mundial del siglo XXI**

**Términos y  
expresiones esenciales  
en el mundo de los negocios**

© Editorial Edinumen, 2015  
© Ángel Felices Lago  
Cecilia I. Ruiz López  
Ana María Corral Hernández

ISBN: 978-84-9848-634-6  
Depósito legal: M-1474-2015  
Impreso en España  
*Printed in Spain*

**Coordinación editorial:**  
Amelia Guerrero

**Edición:**  
Susana Carvajal y Amelia Guerrero

**Diseño de cubierta y maquetación:**  
Ana María Gil

**Fotografías:**  
Archivo Edinumen

**Impresión:**  
Gráficas Glodami. Madrid

**Editorial Edinumen**  
José Celestino Mutis, 4. 28028 - Madrid  
Teléfono: 91 308 51 42  
Fax: 91 319 93 09  
e-mail: [edinumen@edinumen.es](mailto:edinumen@edinumen.es)  
[www.edinumen.es](http://www.edinumen.es)

Reservados todos los derechos. No está permitida la reproducción parcial o total de este libro, ni su tratamiento informático, ni transmitir de ninguna forma parte alguna de esta publicación por cualquier medio mecánico, electrónico, por fotocopia, grabación, etc., sin el permiso previo y por escrito de los titulares del copyright.

# Índice

Prólogo .....	7
<b>UNIDAD 1 Introducción al comercio .....</b>	<b>9</b>
○ Ficha 1.1. Nociones generales .....	9
○ Ficha 1.2. Derechos y obligaciones del comerciante .....	11
○ Ficha 1.3. Los auxiliares de comercio .....	13
○ Ficha 1.4. Modalidades de ventas y formas de pago en el comercio al por menor .....	16
<b>UNIDAD 2 La empresa comercial: su naturaleza jurídica .....</b>	<b>19</b>
○ Ficha 2.1. Introducción a las empresas privadas (individuales y societarias) .....	19
○ Ficha 2.2. Tipos de sociedades mercantiles: la sociedad colectiva .....	21
○ Ficha 2.3. Tipos de sociedades mercantiles: la sociedad de responsabilidad limitada .....	24
○ Ficha 2.4. La sociedad anónima .....	27
○ Ficha 2.5. ¿Cómo elegir la forma jurídica más adecuada para crear una empresa? .....	30
<b>UNIDAD 3 La decisión de exportar o importar .....</b>	<b>33</b>
○ Ficha 3.1. Exportar desde una pyme .....	33
○ Ficha 3.2. La selección de los productos exportables y sus mercados .....	36
○ Ficha 3.3. El proceso de importación .....	40
○ Ficha 3.4. Algunos problemas para importar o exportar .....	44
<b>UNIDAD 4 Políticas de exportación .....</b>	<b>47</b>
○ Ficha 4.1. El proceso de exportación .....	47
○ Ficha 4.2. Ayudas y recursos para seleccionar mercados en el exterior (sector público) .....	51
○ Ficha 4.3. Ayudas y recursos para seleccionar mercados en el exterior (entidades del sector privado y mixtas) .....	53
○ Ficha 4.4. Instrumentos de promoción comercial .....	57

<b>UNIDAD 5</b>	<b>Los medios de pago</b> .....	61
○ Ficha 5.1.	La letra de cambio y el pagaré .....	61
○ Ficha 5.2.	Los medios de pago simples .....	65
○ Ficha 5.3.	Los medios de pago documentarios .....	68
○ Ficha 5.4.	Otras formas de pago y cobro en las transacciones internacionales. La apertura de una cuenta en el exterior y el <i>factoring</i> de exportación .....	73
<b>UNIDAD 6</b>	<b>Los documentos de exportación e importación</b> .....	79
○ Ficha 6.1.	Documentación administrativa previa y documentación comercial .....	79
○ Ficha 6.2.	Documentación administrativa de seguros .....	82
○ Ficha 6.3.	Las condiciones de entrega de las mercancías o <i>incoterms</i> .....	85
○ Ficha 6.4.	Muestras de documentación comercial internacional .....	89
<b>UNIDAD 7</b>	<b>El transporte internacional de mercancías</b> .....	95
○ Ficha 7.1.	La protección física de mercancías .....	95
○ Ficha 7.2.	Los documentos del transporte marítimo (I): la póliza de fletamento y el conocimiento de embarque (C/E) .....	99
○ Ficha 7.3.	Los documentos del transporte marítimo (II): la póliza de seguro marítimo ....	104
○ Ficha 7.4.	Los documentos del transporte terrestre y aéreo .....	107
Glosario	.....	111
Claves	.....	129

# Prólogo

En el panorama actual existen muy pocos manuales de español de los negocios con una orientación temática específica. A ello se suma que, dentro de la oferta disponible, nuestra aproximación al español para el comercio internacional no solo ofrece novedades estructurales y temáticas, sino que también cubre un hueco importante: la ausencia de un manual dirigido a la adquisición activa de los términos y expresiones más usuales en el comercio exterior de forma sistemática y controlada. Esas han sido algunas de las razones que nos han animado a escribir y presentar este libro.

Siguiendo el mismo orden lógico de una aventura empresarial realista, este manual nos va introduciendo gradualmente en los asuntos y la terminología especializada junto a las expresiones comerciales más usuales. De ese modo, se alcanzan **tres objetivos**: 1. explotar intensivamente los recursos léxicos; 2. mantener una coherencia temática y un hilo argumental a lo largo de los capítulos del libro; 3. controlar la complejidad de contenidos y actividades.

Respecto a **los contenidos**, podemos decir que, por una parte, **las actividades** no solo ayudan a reconocer unidades léxicas y expresiones, sino que también sirven para entenderlas en su contexto habitual y facilitar su utilización activa al hablar o escribir; de hecho, gran parte de dichas actividades están basadas en casos reales del mundo empresarial; por otra parte, los temas siguen un orden lógico y secuencial, permitiendo al alumno conocer los aspectos pragmáticos, sociales y culturales de una empresa española, desde sus orígenes hasta su consolidación en el sector exportador o, dicho de otro modo, conocer cómo se crea una empresa comercial en España; quiénes intervienen; qué hay que hacer para exportar o importar; qué problemas se presentan; qué trámites hay que afrontar; cómo se financia o se promociona; etc.

Podríamos decir que el resultado final, más que un “manual de español para el comercio mundial”, es un “manual sobre el comercio internacional de mercancías”, pero con una diferencia notable: resulta mucho más fácil y ameno que un texto sobre comercio exterior de tipo convencional.

Asimismo, este volumen se dirige inicialmente a **alumnos con un nivel avanzado** de español, equivalente al **B2** o **C1**, pero, dadas sus características, puede resultar muy útil a todo aquel que desee iniciarse en el comercio internacional y busque un método sencillo y dinámico a la vez. Los alumnos que aprenden español no necesitan estudios previos de Economía o Comercio aunque, si los poseen, el aprendizaje puede ser bastante más rápido. El profesor que lo utilice tampoco necesita amplios conocimientos de los temas tratados. Su manejo resulta muy sencillo gracias, entre otras cosas, al **glosario** de definiciones que se ofrece al final. Al incluirse también las **claves de todas las actividades**, se facilita tanto la labor del profesor como la del alumno que opte por el autoaprendizaje.

El libro consta de **7 unidades**. En cada una suele haber temas explicativos que sirven como pretexto para centrarnos en el uso y explicación de los términos que interesa aprender. Muchos de estos textos son diálogos entre un empresario y su asesora. Reproducen el esquema “profesor-alumno”. Uno plantea preguntas, el otro da respuestas, introduciendo nuevos términos y conceptos de manera fluida. Al final de cada tema o diálogo se ofrece un conjunto de actividades prácticas y variadas para consolidar los términos aprendidos.

Cada uno de los términos y expresiones relacionados directa o indirectamente con el comercio se destaca en negrita (o en color gris, si el texto en el que aparece está en negrita) para indicar al alumno que, si lo necesita, dicho término está clasificado por orden alfabético y definido en el glosario final. Cada entrada del glosario se presenta con su equivalencia en inglés.