

ESPAÑOL COMERCIAL

El español en el ámbito profesional



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



ÍNDICE

1. **Los tipos de sociedades** – clasificación, carta de negocios, choques culturales en la empresa.
2. **Creación de una empresa** – los departamentos y sus funciones, los cargos empresariales, pasos para crear una empresa en España.
3. **El mundo laboral** – anuncios de trabajo, perfil de candidatos.
4. **El Comercio** – sus componentes, auxiliares de comercio.
5. **Publicidad y ventas** – fines, objetivos, formas de promoción, elementos complementarios del producto, publicidad.
6. **La banca** – servicios ofrecidos, la hipoteca, cajas de ahorro, documentos bancarios.
7. **Abreviaturas de uso frecuente en la correspondencia comercial**
8. **Páginas web de referencia.**
9. **Bibliografía, otras fuentes.**

EMPRESA

LOS TIPOS DE SOCIEDADES

Definición:

Entidad o grupo social en el que a través de la administración de sus recursos, del capital y del trabajo, se producen bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades de una comunidad y obtener beneficios.

¿Podrías dar otra definición de empresa utilizando estos conceptos?

Unidad económica • producción • comercialización • bienes o servicios • fines lucrativos

Empresa:.....

CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

LOS TIPOS DE SOCIEDADES

1 Según el sector económico

Sector primario	Empresas que se dedican a la extracción de recursos naturales (carbón, cobre, petróleo, etc.) o a la explotación de la agricultura o ganadería.
Sector secundario	Empresas que a través de un proceso industrial transforman los productos obtenidos en el sector primario y también fabrican nuevos productos (conservas, maquinaria, siderometalúrgica, etc.).
Sector terciario	Empresas de servicios, tales como bancos, compañías de seguros, servicios públicos, etc.

2 Según el origen del capital

Empresas públicas	Son aquellas cuyo propietario es el Estado y actúa como empresario en ciertos sectores a los cuales no llega la iniciativa privada.
Empresas privadas	Son aquellas que pertenecen a los particulares, es decir, el capital es propiedad de inversionistas privados y su finalidad es 100% lucrativa.
Empresas mixtas	Son aquellas en las cuales la propiedad de la empresa es compartida entre el Estado y los inversores privados.

3 Según su tamaño

Empresas pequeñas	Las que tienen entre 1 y 50 trabajadores o facturan menos de 7 000 000 euros al año.
Empresas medianas	Las que tienen entre 50 y 250 empleados o facturan entre 7 000 000 y 40 000 000 euros anuales.
Empresas grandes	Las que tienen más de 250 trabajadores o una facturación de más de 40 000 000 de euros al año.

4 Según el ámbito geográfico

Empresas locales	Son pequeñas empresas que desarrollan su actividad en una única ciudad.
Empresas regionales	Su actividad se realiza en una provincia. Suelen tener diversas sucursales por toda la zona en la que operan.
Empresas nacionales	Desarrollan su actividad en un único país, también a través de sucursales.
Empresas multinacionales	Son grandes empresas que desarrollan su actividad en varios países al mismo tiempo. Suelen operar a través de filiales.

5 Según su forma jurídica

Empresas individuales	Cuando el propietario de la empresa es la única persona que asume todo el riesgo y se encarga de la gestión.
Sociedades mercantiles	Cuando varias personas se deciden a invertir en una empresa pueden formar una sociedad. Entre las más comunes están: <ul style="list-style-type: none"> • Sociedad anónima. • Sociedad de responsabilidad limitada. • Sociedad colectiva.

Empresas individuales

- El empresario individual es una persona física, es decir, no existe separación entre el patrimonio mercantil y su patrimonio civil.
- Ejerce la actividad empresarial individualmente.
- El negocio es dirigido bajo su propia responsabilidad individual.
- Gestiona y recibe los beneficios o pérdidas.
- Es responsable de las deudas contraídas frente a terceros con todos sus bienes.

Sociedades mercantiles

- ❖ Sociedad Anónima, S.A.
 - Es una sociedad capitalista.
 - El capital social mínimo para constituirse es de 60 101 euros, y se desembolsará al menos en un 25% del valor nominal de las acciones.
 - El capital está dividido en acciones que representan partes iguales del mismo.
 - Las acciones son negociables y de fácil transmisión.
 - Las acciones pueden cotizar en la Bolsa de Valores.
 - El número de socios es tres como mínimo, sin que exista un máximo.
 - La responsabilidad ante terceros está limitada al capital aportado por cada socio.

❖ Sociedad de Responsabilidad Limitada, S.R.L./S.L.

- Es una sociedad capitalista.
- El capital social mínimo es de 3050 euros y se desembolsará en su totalidad en el momento de la constitución.
- El capital está dividido en partes iguales llamadas participaciones.
- Las participaciones solo se transmitirán entre los mismos socios a través de Escritura Pública.
- Las participaciones no cotizan en la Bolsa de Valores.
- El número de socios no podrá ser superior a 50.
- La responsabilidad ante terceros está limitada al capital aportado por cada socio.

❖ Sociedad Colectiva, Cía.

- Sociedad personalista.
- No se requiere la existencia de un capital social mínimo.
- Los socios intervienen directamente en la gestión de la empresa.
- Los socios pueden aportar no solo capital sino también su trabajo (socio capitalista o socio industrial respectivamente).
- Los socios responden personalmente de forma ilimitada y solidaria frente a deudas a terceros.
- No existe límite máximo de socios y el mínimo es de dos.
- La gestión de la sociedad se encomienda a todos los socios.

Formalidades de la S.A./S.L./Cía.

- Escritura Pública ante notario.
- Inscripción en el Registro Mercantil.
- Nombre + S.A./nombre + S.R.L., S.L./nombre + Cía.
- Seguir la normativa fiscal.
- Llevar los libros de comercio.

ACTIVIDADES

LOS TIPOS DE SOCIEDADES

1. Busca tres similitudes y tres diferencias entre la S.A. y la S.L.
Empresa perteneciente íntegramente al Estado.
Empresa dedicada a la extracción de productos naturales.
Empresa que tiene entre 50 y 500 empleados.
Empresa en la que el empresario ejerce en nombre propio una actividad constitutiva.
Empresa capitalista donde el capital inicial está dividido en participaciones.
Gran empresa que desarrolla sus actividades en varios países.
Empresa donde varias personas convienen desarrollar en común la acción empresarial.
Empresa que transforma productos naturales a través de un proceso industrial.
2. Nombra el tipo de empresa y sitúala según la clasificación de las empresas.



ACTIVIDADES/ RECUERDA

LOS TIPOS DE SOCIEDADES

3. Piensa en una empresa de tu país y explícala a tus compañeros de clase utilizando los mismos criterios.

Nombre empresa	Sector económico	Tamaño	Producción	Forma jurídica	Ámbito geográfico

➔ RECUERDA

Porcentajes	Fracciones
500% un quinientos por cien.	4/4 cuatro cuartos/una unidad
100% un cien por cien.	3/4 tres cuartos/tres cuartas partes
87% un ochenta y siete por cien.	1/2 un medio/la mitad.
50% un cincuenta por cien.	1/3 un tercio/la tercera parte.
15% un quince por cien.	1/4 un cuarto/la cuarta parte.
10% un diez por cien.	1/10 un décimo/la décima parte.

COMPRENSIÓN AUDITIVA/ VÍDEO

CREACIÓN DE UNA EMPRESA

1. Pasos para crear una empresa

Antes de ver el vídeo, lee estas frases para poder después completarlas con el término correcto de los tres que se ofrecen.

1. Según su forma legal existen tres tipos de empresas. ¿cuáles son?:
 - a)
 - b)
 - c)
2. La diferencia más importante entre una persona física y las personas jurídicas es (elige):
 - a) el capital
 - b) responsabilidad frente a terceros
 - c) el número de los socios
3. A la hora de decidirse entre una S.L. o la S.A., lo más importante es :
.....
4. ¿Qué significa otorgarle una personalidad jurídica (a la empresa)?:
.....

COMPRENSIÓN AUDITIVA/ VÍDEO

CREACIÓN DE UNA EMPRESA

1. Pasos para crear una empresa

Antes de ver el vídeo, lee estas frases para poder después completarlas con el término correcto de los tres que se ofrecen.

5. La certificación negativa del nombre significa:
 - a) Que no existen ningunas deudas pendientes.
 - b) Que el notario ya ha aprobado del nombre de la empresa.
 - c) Que no existe otra empresa con la misma denominación.
6. Escritura pública se firma ante el notario y contiene los siguientes datos:
 - a) Nombre
 - b)
 - c) objeto de sociedad
 - d)
 - e) régimen de transmisión de las acciones
 - f)

✓ Pasos para crear una empresa

Antes de ver el vídeo, lee estas frases para poder después completarlas con el término correcto de los tres que se ofrecen.

7. ¿Qué significa el CIF?.....
8. ¿Dónde se liquida el 1% del capital social?.....
9. Después de la registración en el Registro Mercantil terminan los trámites necesarios:
- a) Sí
 - b) No, hay otros.

▶ PASOS PARA CREAR UNA EMPRESA



■ ¿Cómo redactar una carta comercial?

Estas son algunas indicaciones que se deben tener en cuenta a la hora de redactar una carta empresarial:

1. Fecha: suele situarse en el margen superior derecho del documento.
 - Los meses se escriben en minúscula.
 - Los años se escriben sin punto.
 - Es preferible escribir el día y el año con número y el mes con letra.

2. Saludo o encabezamiento: se escribe debajo de los datos del destinatario y del remitente.

Estos son algunos de los encabezamientos más comunes, que se escogerán según el contexto:

Señor(es):	Estimado(s) señor(es):	Estimada señora:
Apreciado(s) señor(es):	Muy Sr. mío:	Estimada Sra. García:

3. Cuerpo de la carta: está constituido por el mensaje en sí. Es fundamental que esté redactado con claridad y precisión para que se entienda bien lo que se pretende transmitir.

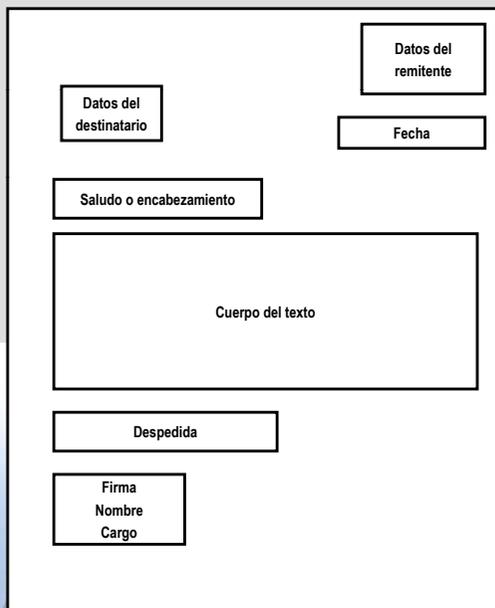
Las siguientes frases pueden servir de ejemplo para iniciar el cuerpo del texto:

- Con motivo de...
- Mediante esta carta....
- Con este escrito...
- A propósito de....
- En lo concerniente a...
- Es un placer anunciarle....
- De acuerdo con la conversación telefónica....

4. Despedida: debe guardar relación con el saludo o encabezamiento que hemos empleado. Estas son algunas formulas que pueden ser útiles para concluir una carta:

- Reciba un cordial saludo,
- Le(s) saluda atentamente,
- Muy cordialmente,
- En espera de su respuesta, reciba un cordial saludo
- Estamos a su disposición para todo aquello que necesiten,
- Esperamos recibir noticias tuyas lo antes posible,
- Si desea más información, le atenderemos con mucho gusto,

Modelo - Esquema de una carta



Don Antonio Romano desea abrir una tienda en una ciudad española. Como no tiene ninguna experiencia, se pone en contacto con una gestoría para que le orienten y le resuelvan algunas dudas. Aquí tenemos la carta que escribió al asesor de empresa.

- 1. Formatéala siguiendo las indicaciones antes enumeradas.
- 2. Como verás la carta ha sufrido alteraciones, ¿podrías ordenarla?

para solicitar su inestimable ayuda,
 En estas áreas es donde me gustaría contar con ustedes,
 y los factores a tener en cuenta.
 Estimado Sr. Luque:
 Al ser un empresario individual me veo en la necesidad de considerar ya que estoy tratando de montar un negocio.
 El objeto de esta carta es ponerme en contacto con ustedes todos los aspectos desde un punto legal así como económico.
 Quedo a la espera de sus noticias y puesto que al ser asesores de empresa sabrán las medidas a tomar aprovecho la ocasión para saludarles muy atentamente.
 5 de noviembre de 2008
 Antonio Romano
 Paseo Las Flores, 16
 18007 Granada

Gestoría Luque
 Calle Victoria, 27, 3.º C
 28005 Madrid

ALUMNO A

Eres Estefi Sorensen, una danesa que ha sido contratada por una empresa española que se dedica al sector terciario. Trabajas en la administración de la empresa y tu función consiste en atender las llamadas provenientes del extranjero. Después de un tiempo de relación laboral con tus compañeros de trabajo, estás un poco decepcionada porque no consigues contactar completamente con ellos y además alguna áreas del trabajo no las haces bien porque nadie te ha explicado cómo se hacen. Para ello, hablas con Petra Bajo, la única compañera con la que has conseguido intimar un poco. Estas son las áreas en las que has tenido choques culturales:

ÁREA	CHOQUE CULTURAL
Tiempo	1. Tus compañeros tardan más de la media hora que hay estipulada para desayunar. 2. Te interesa la jornada intensiva pues te resulta muy incómodo el horario partido.
Comunicación	1. Te molesta que cada vez que estás hablando con un compañero del trabajo de algo importante te dejen de prestar atención porque otro compañero interrumpe bruscamente la conversación y le atienden a él.
Realización de Actividades	1. No te gusta que, cuando estás hablando con un compañero, este realice una actividad mientras te habla y consecuentemente la conversación no fluye con normalidad porque su atención no se dirige a ti en su totalidad.
Jerarquía	1. No entiendes por qué la actitud general de los empleados cuando se tienen que dirigir al director de la empresa es la de un cierto "miedo". 2. La relación con el director debe ser parecida a la que tienes con el resto de los empleados. En tu país la empresa no está tan jerarquizada como en España.

ÁREA	CHOQUE CULTURAL
Competitividad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crees que la competitividad en la empresa se basa más en aspectos que consideras triviales. 2. Para ti la competitividad se debería basar más en la efectividad del personal en relación al trabajo que desempeña.
Imagen con el resto de los empleados	<ol style="list-style-type: none"> 1. La imagen que se tiene de ti en la empresa consideras que es injusta ya que está basada en los motivos mencionados anteriormente. 2. Además, ves a tus compañeros carentes de criterios propios porque piensas que solo se dejan llevar por la opinión de unos que se autodenominan líderes.

ALUMNO B

Eres Petra Bajo, una trabajadora de una empresa española que se dedica al sector terciario. Eres la compañera de Estefi Sorensen. Te damos las áreas conflictivas para Estefi y tú deberás actuar de mediadora cultural y hacerle comprender cómo es la cultura corporativa de la empresa en la que trabajáis.

ÁREA	CHOQUE CULTURAL
Tiempo	<ol style="list-style-type: none"> 1. En España tardar más de lo establecido en el desayuno es algo que está arraigado y no es factor por el que un trabajador sea mal calificado por el resto de sus compañeros. Explícale que es un tópico que se produce en el sector de los funcionarios que son personas que trabajan por el Estado. 2. Háblale de la importancia de la siesta como elemento clave de la cultura corporativa española.
Comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. El turno de palabra en España es un asunto que no se respeta tanto como en otros países del norte de Europa, ni siquiera en reuniones de negocios importantes. 2. La situación que Estefi plantea es lógica pero debe pensar que la voluntad de su compañero es seguir manteniendo la conversación con ella y que atiende al otro para terminar rápidamente y seguir con ella.

ÁREA	CHOQUE CULTURAL
Realización de actividades	<ol style="list-style-type: none"> 1. España es un país policrónico por excelencia. 2. Hacer dos actividades simultáneamente no solo no está mal visto sino que en situaciones de mucho trabajo, se valora la capacidad de efectuar más de una actividad al mismo tiempo pues serás considerada una persona activa.
Jerarquía	<ol style="list-style-type: none"> 1. En la cultura corporativa española, la actitud de ir en contra del jefe en reuniones de trabajadores es más común de lo que parece e, incluso, aquellos que lo hacen se califican entre los empleados de gente valiente y con carácter que no está dispuesta a dejarse intimidar. 2. El problema es que luego, por lo general, no se suele pasar a la acción, pues cuando el jefe está delante casi nadie se atreve a reprocharle nada.

ÁREA	CHOQUE CULTURAL
Competitividad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Un factor de competitividad en algunas empresas se basa en envidiar al compañero que por razones justas o injustas resulta tener más éxito. 2. Se suele llegar a pensar que el éxito no le ha llegado por medio del esfuerzo personal sino por otros factores como el parentesco, amistad, etc. 3. Lo que debería hacer es plantear ante sus compañeros si el lugar que cada uno ocupa es justo o injusto.
Imagen con el resto De los empleados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tú opinas que su verdadera imagen debería ser la que sus propios criterios indican y que sería importante hacer entender a sus compañeros que está donde está por sus propios méritos y no porque la haya favorecido un superior.

LOS DEPARTAMENTOS Y SUS FUNCIONES CREACIÓN DE UNA EMPRESA

■ Relaciona las siguientes funciones con el departamento que las realiza.

Marketing	Investigación y Desarrollo	Producción	Logística	Administración	Recursos Humanos	Ventas
-----------	----------------------------	------------	-----------	----------------	------------------	--------

- a. **Formación:** acción que consiste en entrenar y capacitar a todo el personal, ya sea de nuevo ingreso, o no, con el objetivo de mejorar su capacidad profesional.
- b. **Estrategias de ventas:** son algunas prácticas que regulan las relaciones con los distribuidores, minoristas y clientes.
- c. **Distribución física:** reparto de la mercancía del fabricante al comprador.
- d. **Desarrollo del producto:** consiste en perfeccionar los productos ya existentes, introducir nuevos productos, etc.
- e. **Contratación y empleo:** consiste en la selección del nuevo personal.
- f. **Control de Calidad:** consiste en asegurarse de que la calidad del producto es la adecuada.

LOS DEPARTAMENTOS Y SUS FUNCIONES CREACIÓN DE UNA EMPRESA

■ Relaciona las siguientes funciones con el departamento que las realiza - continuación.

- g. **Fabricación:** es el proceso de transformación necesario para la obtención de un producto.
- h. **Postventa:** consiste en ofrecer un servicio una vez que el producto ha sido adquirido.
- i. **Promoción:** es dar a conocer el producto al consumidor.
- j. **Relaciones laborales:** toda relación de trabajo debe estar regulada por un contrato en el que se estipularán los derechos y obligaciones de las partes que lo integran.
- k. **Investigación de mercados:** implica conocer quienes son o pueden ser los clientes potenciales para analizar las características que los definen.
- l. **Trámites burocráticos:** conlleva la gestión de los documentos comerciales tales como los albaranes, facturas, etc.

LOS CARGOS EMPRESARIALES CREACIÓN DE UNA EMPRESA

■ En esta lista encontrarás algunos de los cargos más usuales en los departamentos empresariales. Asocia las funciones de cada uno de ellos con los cargos.

CARGOS

Técnico de selección	Técnico de dirección	Secretaria	Contable	Responsable de mantenimiento	Director General	Analista	Director de I + D	Técnico comercial
----------------------	----------------------	------------	----------	------------------------------	------------------	----------	-------------------	-------------------

LOS CARGOS EMPRESARIALES CREACIÓN DE UNA EMPRESA

FUNCIONES

- A. Cargo.....:**
- Determinación del Perfil Personal.
 - Captación y búsqueda de candidatos y elaborar los anuncios de prensa oportunos para el reclutamiento de candidatos en distintos medios de información.
 - Recepción de los curriculum vitae y preselección.
 - Realizar entrevistas personales y elaborar informes psicoprofesionales.

- B. Cargo.....:**
- Controlar los registros o libros de contabilidad.
 - Efectuar cálculos, calcular costos de producción y hacer transacciones bancarias.
 - Calcular los salarios a pagar partiendo de los registros de horas trabajadas por cada trabajador.

C. Cargo.....:

- Desarrollar y mantener los soportes lógicos, programas, estructura y sistemas de datos.
- Mantener actualizados y en buen funcionamiento las bases de datos y los sistemas de gestión de datos Para garantizar la validez e integridad de la información registrada.
- Desarrollar, mantener y perfeccionar los programas lógicos que rigen el funcionamiento general de los ordenadores.

D. Cargo.....:

- Establecer normas y procedimientos de control para garantizar el eficaz funcionamiento y la seguridad de Máquinas, motores, instalaciones y equipos industriales.
- Organizar y dirigir el mantenimiento y reparación.
- Diseñar o reajustar la maquinaria, piezas o herramientas necesarias para adaptarse a las necesidades de producción y a las tendencias del mercado.

E. Cargo.....:

- Conocer el mercado para tomar las medidas necesarias para adaptarse a las necesidades o tendencias de sus clientes.
- Atención y captación de clientes en su área de actuación.
- Abrir mercado, incrementando la cartera de clientes y mantener los ya existentes.

F. Cargo.....:

- Analizar, evaluar e investigar las mejoras en productos existentes y nuevos productos.
- Diseñar, planificar e implementar los diferentes proyectos de creación o modificación de productos.
- Supervisar la elaboración de memorias y documentación necesaria para aquellos Productos que requieran aprobación de organismos oficiales.

G. Cargo.....:

- Gestionar y mantener actualizada la agenda de dirección.
- Atender el teléfono y filtrar las llamadas.
- Recibir y enviar la correspondencia, elaborar informes y otros documentos.
- Preparar viajes y desplazamientos.
- Organizar reuniones.

H. Cargo.....:

- Planificar, dirigir y coordinar el funcionamiento general de la empresa con la asistencia de los demás directores de departamento, o al menos con dos de ellos.
- Evaluar las operaciones y los resultados obtenidos y, en su caso, informar al Consejo de Administración.
- Representar a la empresa en su trato con terceros.

☑ Cuando queremos expresar funciones en el registro empresarial hay una serie de verbos que se utilizan concretamente con determinados conceptos o expresiones. Intenta relacionar los verbos de la columna de la izquierda con sus conceptos o expresiones correspondientes.

a. Efectuar	1. nuevos mercados.
b. Despedir	2. nuevos clientes.
c. Liquidar	3. cálculos.
d. Aumentar	4. a un trabajador.
e. Captar	5. una cuenta.
f. Organizar	6. la cartera de clientes.
g. Seleccionar	7. reuniones.
h. Nombrar	8. decisiones.
i. Tomar	9. cargos.
j. Abrir	10. a un candidato

PERFILES DE CANDIDATOS

A

- Don de gentes.
- Tengo la Educación Secundaria Obligatoria.
- Tengo posibilidad de movilidad geográfica.
- Tengo capacidad de persuasión.
- Posibilidad de adaptación a un horario flexible.
- Tengo experiencia de un mes.

B

- Me gusta dirigir a grupos de personas.
- Tengo experiencia de 5 años.
- Tengo capacidad de coordinar.
- He estudiado tres años en la universidad.
- Tengo capacidad para la resolución de conflictos.

PERFILES DE CANDIDATOS

C

- Me gustan las Ciencias Exactas.
- Domino las hojas de cálculo.
- Tengo 1 año de experiencia.
- Tengo mucha experiencia en contabilidad.
- Ciclo formativo superior en Contabilidad.

D

- No tengo mucha experiencia.
- Me gustan las herramientas y los trabajos manuales.
- Me gusta la decoración de interiores.
- El bricolaje es mi pasión.
- Tengo vehículo propio.

E

- Me gusta conducir.
- Me gusta viajar por diferentes países.
- Conozco muy bien la mecánica.
- Tengo experiencia de 10 años.
- Tengo disponibilidad absoluta.
- Tengo varios tipos de permisos de conducir

SECCIÓN DE ANUNCIOS DE TRABAJO

1

SE NECESITA
CONDUCTOR
DE VEHÍCULOS PESADOS

- Se requiere:
- Permiso de conducir B1 y B2.
 - Conocimientos de mecánica.
 - Horario flexible.
 - Experiencia mínima de dos años.

2

SE NECESITA
JEFE DE EQUIPO

- Se requiere:
- Don de gentes.
 - Tener capacidad de coordinar grupos de personas.
 - Diplomatura universitaria.
 - Experiencia mínima de tres años.

3

SE NECESITA
COMERCIAL

- Se requiere:
- Disponibilidad absoluta.
 - Don de gentes.
 - Capacidad de convicción.
 - No es necesaria experiencia.
 - E.S.O. o Bachillerato.

SECCIÓN DE ANUNCIOS DE TRABAJO

4

SE NECESITA
CONTABLE

- Se requiere:
- Manejo de hojas de cálculo.
 - Título de Formación Profesional.
 - Experiencia mínima de dos años.
 - Conocimiento de documentos administrativos.

5

SE NECESITA
CARPINTERO

- Se requiere:
- Experiencia en el sector.
 - Conocimientos de bricolaje.
 - Conocimiento en fabricación de mobiliario.
 - Vehículo propio.

▶ Búsqueda Efectiva de Empleo



<http://www.youtube.com/watch?v=Xt4BdpsfVKQ&feature=related>

El comercio y sus componentes

El comercio se define como la negociación que se hace **comprando** y **vendiendo** mercancías o servicios con **finés lucrativos**.

El trayecto que estas mercancías siguen desde la fábrica hasta el consumidor se denomina **canales de distribución**. Podemos encontrar dos tipos distintos de canales de distribución dependiendo del número de participantes en el proceso de comercialización. Los participantes que actúan en un canal de distribución suelen ser los **fabricantes** o **productores**, los **intermediarios** y los **consumidores**. Dentro de los intermediarios, a su vez, podemos encontrar dos variantes: los **mayoristas** o **vendedores al por mayor**, y los **minoristas** o **vendedores al por menor o al detalle**. La diferencia entre ambos está basada estrictamente en la cantidad de productos o bienes que se venden.

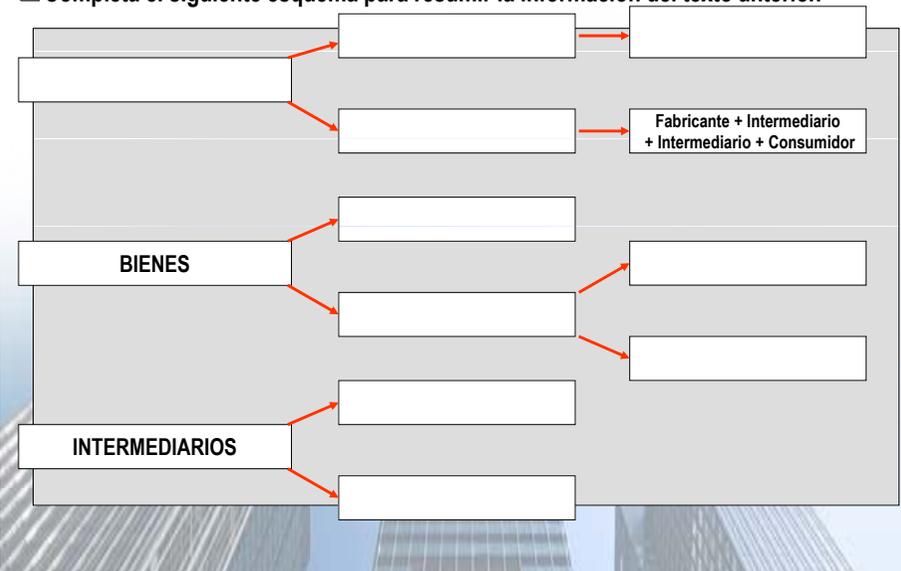
El comercio y sus componentes - continuación

Dentro de los tipos de productos que un intermediario puede comercializar tenemos dos: **los bienes de equipo y los bienes de consumo**. Los primeros, también llamados **bienes de capital**, son aquellos destinados al uso industrial, mientras que los segundos se dividen en **bienes de consumo duraderos** y **perecederos**, dependiendo de la corta o larga duración del producto en sí.

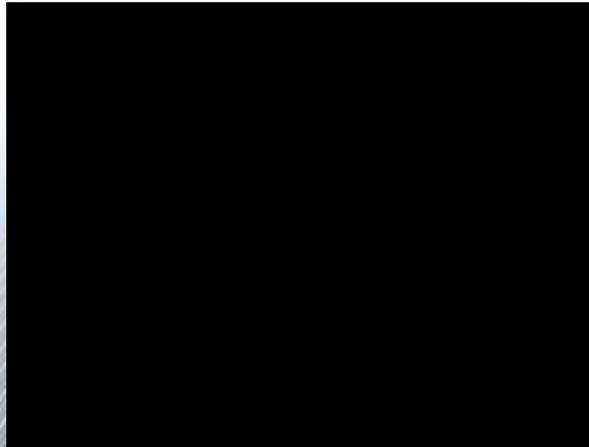
Teniendo en cuenta todos estos factores, podemos encontrar dos modalidades de canales de distribución:

La primera la componen los **canales de distribución cortos** y son aquellos en los que interviene el fabricante, el comprador y en algunos casos, como mucho, un intermediario. Generalmente los bienes de equipo se comercializan por medio de este tipo de canal de distribución. Por el contrario, en los bienes de consumo suelen participar como mínimo el fabricante, el consumidor y dos o más intermediarios; por esa razón esta segunda modalidad se denomina **canal de distribución largo**.

☑ Completa el siguiente esquema para resumir la información del texto anterior.



► 👁️ FMI: El sistema financiero mundial continúa empeorando



<http://www.youtube.com/watch?v=sTlqQvZUwOM&feature=related>

■ ¿Qué es el marketing?

Desde el punto de vista del **consumidor**, el *marketing* es la actividad humana dirigida a satisfacer nuestras necesidades y deseos por medio de un proceso comercial.

Desde el punto de vista del **comercio**, *marketing* es el conjunto de técnicas que facilitan el flujo de productos y servicios del productor al consumidor o usuario con el objetivo de estimular la demanda.

Fines:

- **Informar:** comunicando la existencia del producto, dando a conocer sus características, así como las ventajas y necesidades que satisface.
- **Persuadir:** tratando de estimular la demanda al convencer al comprador potencial de los beneficios que conlleva el producto.
- **Recordar:** evitando que los usuarios reales del producto sean tentados por la competencia y adquieran nuevas marcas.

Objetivos:

- Elevar la cifra de ventas.
- Obtener rentabilidad.
- Aumentar la cuota de mercado.

Para conseguir estos fines y objetivos las empresas elaboran un plan de *marketing*.

Este plan consiste en hacer un análisis del mercado, en conocer el público objetivo y en definir el *marketing-mix*.

Análisis del mercado:

- Pensar a qué segmento del mercado va dirigido el producto que se vende o el servicio que se ofrece.
- Estudiar la competencia.
- Analizar las posibilidades de la propia empresa para hacer frente a la futura demanda.

Público objetivo:

- Conocer las características de los consumidores a los que va dirigido el producto o servicio teniendo en cuenta la edad, el sexo, el poder adquisitivo, la ideología, etc.

Marketing-mix:

- Considerar las características del producto o gama de productos.
- Fijar el precio apropiado al producto o servicio.
- Tener en cuenta la distribución.
- Pensar en la promoción del producto o servicio.

A. Publicidad:

Proceso de comunicación masivo y pagado a partir del cual se pretende informar, persuadir e influir en el comportamiento y actitud de los consumidores sobre productos o servicios ofrecidos.

B. Promoción de ventas:

El ofrecimiento al consumidor de incentivos a corto plazo (regalo, premios, descuentos, etc.) con el fin de dar a conocer un producto o servicio y al mismo tiempo conseguir un incremento rápido y temporal de las ventas.

C. Relaciones públicas:

La planificación y realización de diferentes actividades que buscan la aceptación de la empresa por parte de los diferentes grupos o público con los que la compañía se encuentra vinculada de alguna forma.

D. Equipo de vendedores:

Equipo de vendedores: actividad realizada a través del personal de ventas (vendedor o representante) de la empresa sobre los clientes potenciales de la misma con el objetivo de conseguir la venta de sus productos o servicios.

Preguntas de comprensión.

- 1) ¿Cuál es la diferencia fundamental entre publicidad y relaciones públicas?
- 2) Indica los tipos de promoción que van dirigidos directamente al consumidor.
- 3) ¿Qué forma de promoción puedes encontrar en los supermercados? ¿Puedes dar algunos ejemplos?
- 4) ¿Qué tipo de productos suelen promocionar los equipos de vendedores?



Elementos complementarios del producto

A. La marca:

Es un símbolo, nombre o diseño, a veces una combinación de los tres, cuya finalidad es distinguir el producto o servicio que cada empresa ofrece al consumidor. En muchos casos, la marca es la que realmente señala la diferencia entre productos iguales o similares.

B. El logotipo:

Es el término que designa la parte creativa de la marca y puede estar formado por dibujos, símbolos o elementos que no tienen pronunciación y que permiten crear la imagen de dicha marca.

C. El símbolo:

Es el signo que representa un producto, una institución, una imagen, etc.

D. La etiqueta:

Es la que nos da información de las características o la composición del producto y, a veces, puede ser un reclamo de venta o promoción (envíe 3 etiquetas y participe en un sorteo de viajes para dos personas, etc.).

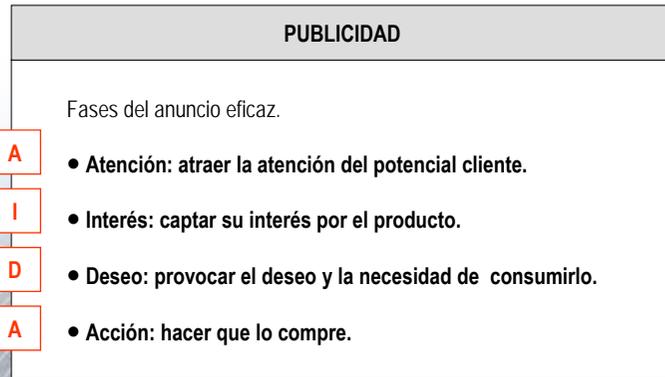
Aquí tienes una lista de distintos soportes publicitarios. Clasificalos según el medio de comunicación que utilizan y añade los tuyos propios.

Internet • Circulares • Marquesinas • Ferias • Spots publicitarios • Periódicos • Octavillas • Patrocinio
Transporte público • Publrreportajes • Publicidad aérea • Programas • Buzoneo • Móviles
Ropa de deportistas • Suplementos semanales

MEDIO	SOPORTE
Prensa	– Revistas...
Radio	– Cuña...
Marketing directo	– Catálogos...
Televisión	– Programas...
Otros	– Vallas...



Los anuncios eficaces operan según las 4 fases que sintetiza el acrónimo AIDA.



1. Indica qué productos podrían anunciar estos titulares o eslóganes:

Titulares o eslóganes	Productos
<i>Enríjate.</i>	
<i>Póntelo, pónselo.</i>	
<i>Cuéntaselo.</i>	
<i>Mejor que un lifting.</i>	
<i>Endúlzate la vida.</i>	
<i>Sonríe clara y abiertamente.</i>	
<i>Un sabor que maravilla.</i>	
<i>Tonifica por fuera y por dentro.</i>	

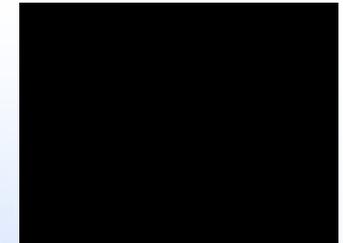
Analiza estos tres anuncios desde estos puntos de vista:

- ¿Qué valores transmite este anuncio?
- ¿Qué producto anuncia?
- ¿Cuál es su público objetivo?
- ¿Qué soporte es el más indicado?
- ¿Qué técnica o técnicas de persuasión emplea: asociación de ideas, identificación del nombre de la marca, estatus social, sorpresa, polémica, etc...?
- ¿Por qué en igualdad de características e igualdad de precios, los consumidores elegimos uno u otro producto o servicio?

Ignacio Toselli Publicidad Española



Publicidad Española - Telefonica - Duo



Anuncio Laca Elnett con Penelope Cruz



SERVICIOS OFRECIDOS

LA BANCA

Algunos de los servicios más demandados en España son **los préstamos personales, los créditos, los planes de pensiones, las cuentas, los ingresos, los reintegros, las domiciliaciones de nómina, las tarjetas, los seguros**, etc.

➔ A continuación te ofrecemos un diálogo en el que encontrarás vocabulario relacionado con las actividades y gestiones que se realizan en un banco.

ESCENARIO: El señor Francisco Lorado tiene problemas de solvencia económica pues su empresa se está retrasando en la liquidación de ciertas deudas que tiene con su banco. Ha recibido una carta en la que se le exige el pago de **recibos** pendientes. Va al banco a intentar resolver su problema.

Empleado: ¡Buenos días, señor Lorado! ¿En qué le puedo atender?

Francisco: Pues verá, he recibido una carta que ustedes me remitieron la semana pasada y quería resolver algunas de las cuestiones que ustedes citan en ella.

SERVICIOS OFRECIDOS

LA BANCA

Empleado: Permítame cinco minutos para poder localizarla en nuestro archivo...Aquí la tengo. Pues sí, efectivamente le comunicamos en dicha carta que su cuenta está al **descubierto**. Su **saldo** está en números rojos debido a que sus **ingresos** en los últimos meses han sido inferiores a los **reintegros** que usted ha efectuado.

Francisco: La verdad es que no se puede decir que esté en mis mejores momentos.

Empleado: Espero que mejore su situación pronto, dado que como ya sabe, el banco le cobra los **intereses** del préstamo que solicitó hace dos años y en caso de no efectuarse el **reembolso** de dichos intereses en cada **plazo**, nuestra entidad se vería obligada a cobrarle un interés más alto. Quizás si prescindiera de las cuotas de la **póliza** del seguro antirrobo, le permitiría mejorar un poco su situación.

Francisco: No se preocupe, intentaré hacer una **transferencia** a favor de su entidad tan pronto como me sea posible. Tendré que utilizar un **depósito** que uso en otra entidad o esperar a que Hacienda me devuelva las **retenciones** de la Declaración de la renta.

Empleado: Me parece perfecto. Ha sido un placer haber tratado con usted una vez más. Hasta pronto.

Francisco: Muy bien. Muchas gracias.

ACTIVIDAD - LÉXICO

LA BANCA

✓ Una vez que has leído el diálogo, intenta averiguar por medio del contexto cuál sería la definición de algunos de los conceptos que han aparecido en la conversación anterior.

Depósito • Descubierto • Ingreso • Interés • Plazo • Póliza • Recibo

Reembolso • Reintegro • Retención • Saldo Transferencia

ACTIVIDAD - LÉXICO

LA BANCA

- | |
|--|
| a. Documento que encierra un contrato, por ejemplo, de seguro. |
| b. Documento escrito con el que el acreedor reconoce al deudor el descargo de una cuenta o el pago de una parte o la totalidad de la deuda. |
| c. Precio pagado por un préstamo o imputado al uso del dinero durante un período de tiempo. |
| d. Abono que hace un banco al comitente que le emitió un efecto de gestión de cobro u otra operación que origine la necesidad de un abono en cuenta. |
| e. Servicio bancario por el que un cliente da instrucciones para se remita una cantidad a alguien. |
| f. Cualquier bien, valor o dinero confiado a un banco para su custodia. |
| g. Saldo deudor en una cuenta producido por haberse autorizado a disponer por mayor cuantía que el saldo existente. |
| h. Disposición de dinero de una cuenta de ahorro a la vista o a plazo fijo. |
| i. Aportación de dinero en una cuenta bancaria. |

j. Conservación de parte de una cantidad que se debe pagar para garantizar el cumplimiento de alguna obligación.

k. Cada parte de una cantidad pagadera en dos o más veces.

l. Diferencia entre el total de débitos y créditos de una cuenta bancaria.



☑ Un cliente escribe una carta a un banco pero no conoce muy bien el registro utilizado en este contexto y le vas a tener que ayudar a corregir algunos errores que no son adecuados en la jerga bancaria. Escríbele una carta de respuesta aclarándole sus dudas.

¡Hola!

Soy Manolo Comotora. Les escribo porque quiero comprar una casa en las afueras y no sé cómo se hace. Me gustaría saber mayormente si me podéis prestar unos kilillos y que me digáis qué cantidad de dinero me quitáis cada mes.

Si no os importa me decís también cuánto me tengo que gastar en el papeleo y los impuestos que cobra el ayuntamiento. Quiero tener un seguro para robos también.

No sé qué es eso del IBI que me ha dicho mi primo Pedro. ¿Me pueden hacer una lista con todo lo que tengo que pagar?

Muchas gracias.

La hipoteca

Es un tipo de crédito bancario que tiene como finalidad financiar la adquisición de bienes inmuebles.

El tipo de interés que se puede aplicar al solicitar una hipoteca puede ser:

1) **Fijo.** La cuota a pagar se mantiene constante durante el tiempo que dura el crédito, lo que permite conocer con exactitud el importe que se va a satisfacer hasta su extinción. Por contraprestación, no podremos beneficiarnos de él en caso de que se produzca una bajada de los tipos de interés en el mercado.

2) **Variable.** La cuota a pagar varía periódicamente en función del indicador elegido, por ejemplo el euribor.



Las comisiones que pueden aplicar las entidades bancarias en la concesión de una hipoteca son las siguientes:

- 1) Comisión **de cancelación anticipada**: cuantía que cobra la entidad bancaria por la devolución total anticipada del crédito concedido.
- 2) Comisión **de aplazamiento**: gasto al que se sujeta el cliente por cualquier aplazamiento del pago de alguna cuota.
- 3) Comisión **de reclamación de impago**: que realiza la entidad financiera ante el impago de una o más cuotas.
- 4) Comisión **de apertura**: cargo al que se sujeta al abrir la cuenta para devolver el crédito o préstamo.
- 5) Comisión **de amortización anticipada**: cuantía que se cobra por la devolución parcial anticipada del crédito concedido.



Otros gastos que se deben abonar cuando se obtiene un **préstamo hipotecario** son los siguientes:

- La **tasación del bien y la nota simple del Registro de la Propiedad** si no se trata de bienes de segunda mano.
- El **Impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados** como escrituras, actas y testimonios notariales, letras de cambio, anotaciones preventivas practicadas en registros públicos, etc. Se abona siempre que se suscribe un documento notarial.
- El **Impuesto de Transmisiones Patrimoniales** como, por ejemplo, la compraventa de bienes muebles o inmuebles, constitución de derechos reales (usufructos), arrendamientos...etc. deben también ser abonados.
- Los gastos de **Notaría y Registro de la Propiedad** en los que la cantidad a satisfacer depende del préstamo otorgado y están exentos de IVA.
- Para la concesión del préstamo los bancos suelen exigir que se contrate, al menos, un **seguro del bien** que normalmente se abona también a la firma de la escritura.
- El **seguro de vida** no es obligatorio aunque el banco le sugerirá que lo contrate con una determinada compañía.

¿Cuáles de los siguientes conceptos están relacionados con las hipotecas?

Tasación
Nota simple
Registro de la Propiedad
Tipo de interés
Nómina
Comisión de apertura
Comisión de cancelación anticipada
Gastos de Notaría
Seguridad Social
Cámara de Comercio
Seguro
Impuesto de Actos Jurídicos
Impuesto de Transmisiones Patrimoniales

Indica qué tipo de comisión nos aplicaría un banco en las situaciones siguientes.

Situación	Tipo de comisión
1. El cliente abre una cuenta para domiciliar sus plazos de devolución de hipoteca.	
2. El cliente ha pagado dos plazos de hipoteca con retraso.	
3. El cliente ha encontrado una oferta mejor en otro banco y quiere cambiar su hipoteca a otra entidad financiera.	
4. El cliente quiere pagar parte de la hipoteca en un tiempo anticipado al que contrató.	
5. El cliente no puede pagar un plazo de su hipoteca.	

¿Cómo conseguir una hipoteca? ¿Me darán el crédito?



LAS CAJAS DE AHORRO - CARACTERÍSTICAS

- Un singular estatus jurídico (los impositores, clientes, ayuntamientos e instituciones locales y provinciales forman parte de sus órganos de gobierno para su gestión y administración).
- No tienen ánimo de lucro, carecen de accionistas y su objetivo es la intermediación financiera y prestación de servicios con el fin de servir a la sociedad y devolverle los beneficios generados por esa actividad. Sin que fundadores, administradores o gestores tengan derecho a participar de ellos.
- Están especializadas en la canalización del ahorro popular, asimismo tienen una fuerte raíz local.
- A efectos del servicio a clientes no hay ninguna diferencia entre cajas de ahorro y bancos, la única diferencia entre ellos es su forma corporativa y de gestión.

Compara los bancos con las cajas de ahorros desde estas áreas.

	BANCOS	CAJAS DE AHORROS
Forma jurídica.		
Servicios al cliente.		
Apropiación de beneficios.		
Tipo de clientes.		
Ubicación geográfica.		
Gestión.		

Pagaré:

Es un documento legal por el que el emisor (deudor) se obliga a abonar al tenedor (acreedor) una cantidad de dinero en la fecha establecida en el documento.

Requisitos que deben cumplirse:

- Indicar el lugar y la fecha en que se emite.
- Datos del acreedor y del deudor.
- Cantidad que se debe pagar.
- Concepto por el que se paga.
- Fecha de vencimiento.
- Firma.

Actualmente el pagaré se utiliza más en los países americanos de habla hispana que en España, donde está siendo sustituido por la letra de cambio.

PAGARÉ

Vencimiento _____ Capital \$ _____ Intereses \$ _____
 Total \$ _____

Por este PAGARÉ, yo _____ prometo incondicionalmente pagar a la orden de _____ la cantidad de \$ _____ el día _____ de _____ de _____. La suma que ampara este título causará intereses a razón de _____ % y a razón de _____ % anual en caso de mora.

México, D. F., a _____ de _____ de _____

(Nombre y firma del suscriptor)

Cheque:

Es un documento generalmente integrado en un talonario, en el que se anota la cantidad que puede retirarse de la cuenta bancaria de la que es titular el firmante.

Para que sea válido debe contener:

- Denominación o el número del cheque.
- Nombre del banco pagador.
- Lugar de pago, la fecha y plaza de emisión.
- Firma del expedidor o librador.
- El mandato de pagar una cantidad determinada al librado.

BANCO DEL SUR

fecha y lugar _____ *Acapulca, Gro., a 25 de septiembre de 2006*

Páguese por este cheque a la orden de _____ \$ 1,658.00

Patricio González Gutiérrez

Un mil seiscientos cincuenta y ocho pesos 00/100 m. n.

Con letra _____

 Firma

00943:11891523:5745456:00023
 Edgar Pérez Santiago

DOCUMENTOS BANCARIOS

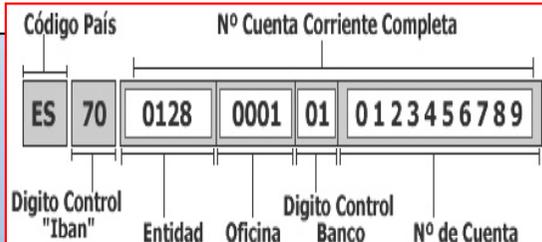
LA BANCA

Transferencias:

Son movimientos unilaterales de fondos que se producen sin contrapartida entre residentes de un mismo país o con el exterior. Es uno de los instrumentos más utilizados por las empresas para realizar sus pagos.

Datos de una transferencia:

- Importe de la operación.
- Datos generales del banco.
- Número de cuenta de origen y de destino.
- Datos del beneficiario.
- Datos del emisor.



ABREVIATURAS DE USO FRECUENTE EN LA CORRESPONDENCIA COMERCIAL

Apdo.: apartado postal.	fdo.: firmado.
a/c: a cuenta.	fra.: factura.
acept.: aceptación.	f./f.: fecha factura.
admón.: administración.	G/P.: giro postal.
ap.: aparte.	L./: letra de cambio.
art.: artículo.	Ldo.: licenciado.
Bco.: banco.	m/v.: meses vista.
Cgo.: cargo.	m/c.: mi cuenta.
Cert.: certificado.	m/f.: mi favor.
C/c / cta.cte.: cuenta corriente.	min.: minuto.
dto.: descuento.	n/escrito: nuestro escrito.
d/f.: días fecha.	P/.: pagaré.
d/v.: días vista.	P.A.: por autorización.

ABREVIATURAS DE USO FRECUENTE EN LA CORRESPONDENCIA COMERCIAL

doc.: documento	P.O.: por orden.
dupl.: duplicado.	P.D.: posdata.
efvo.: efectivo.	p.p.: porte pagado.
E/pag.: efecto a pagar.	P.V.P.: precio de venta al público.
E/cob.: efecto a cobrar.	ref.: referencia
E/neg.: efecto a negociar.	s/ref.: su referencia.
E.P.M.: en propia mano.	s/n.: sin número.
el.: envío.	s/escrito: su escrito.
ext.: exterior.	vto.: vencimiento.

PÁGINAS WEB DE REFERENCIA

Oficina Española de Patentes y Marcas

<http://www.oepm.es/>

Registro Mercantil Central

<http://www.rmc.es/>

Cámara de Comercio, Madrid

<http://www.camaramadrid.es/>

La Bolsa de Madrid

<http://www.bolsamadrid.es/esp/portada.htm>

Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito

http://www.citycredito.com/ASNEF_asociacion_nacional_de_establecimientos_financieros_de_creditos.htm

Banca de España

<http://www.bde.es/>

Instituto Nacional para la Seguridad e Higiene en el Trabajo

<http://www.mtas.es/insh/index.htm>

Ministerio de Economía y Hacienda

<http://www.meh.es/es-ES/Paginas/Home.aspx>

BIBLIOGRAFÍA

- Iriarte Romero, Emilio, Núñez Pérez, Emilia (2008): *Empresa siglo XXI*. Madrid, Edinumen.
- De Prada, Marisa, Bovet, Montserrat (2001): *Hablando de negocios, Método E.L.E.* Madrid, Edelsa.
- Hlavičková, Vlasta, Macíková, Olga, Špiglová, Věra (2003): *Španělsko-český a česko-španělský hospodářský slovník*. Plzeň, Fraus.
- Marca registrada,



OTRAS FUENTES, VÍDEOS

<http://vodpod.com/watch/2689960-crear-una-empresa>
<http://www.youtube.com/watch?v=Xt4BdpsfVKQ&feature=related>
<http://www.youtube.com/watch?v=sTlqQvZUwOM&feature=related>
<http://www.youtube.com/watch?v=3wYjytzbRwQ>
<http://www.youtube.com/watch?v=KZeURHjB-J4>
<http://www.youtube.com/watch?v=2ySu9c1kuvU&NR=1>
<http://www.youtube.com/watch?v=Ow7NFkCdjgE>



Gracias por vuestra atención

Veronika Camacho