

UF1785: Lengua extranjera oral y escrita, distinta del inglés, en
el comercio internacional

Elaborado por: Laura Suárez Fernández

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16275-98-4 • Depósito legal: MA 2077-2014

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación de la Unidad Formativa:

Bienvenido a la Unidad Formativa UF1785: Lengua extranjera oral y escrita, distinta del inglés, en el comercio internacional. Esta Unidad Formativa pertenece al Módulo Formativo MF1011_3: Lengua extranjera profesional, distinta del Inglés, para comercio internacional, que forma parte del Certificado de Profesionalidad COMM0110: Marketing y compraventa internacional de la familia profesional de Comercio y Marketing.

Presentación de los contenidos:

La finalidad de esta unidad formativa es la de enseñar al alumno a interpretar la información en una lengua distinta del inglés proveniente del discurso oral, interpretar los datos e información escrita compleja de documentos propios del comercio internacional, transmitir oralmente información en una lengua distinta del inglés sobre temas técnicos complejos relativos a la operativa del comercio internacional a través de presentaciones orales y a comunicarse oralmente, con fluidez, profundidad y espontaneidad, con clientes/proveedores de diferentes países. Para ello, se estudiarán la gestión de operaciones de comercio internacional, las presentaciones comerciales y la negociación de operaciones de comercio internacional en lengua extranjera distinta del inglés, así como el contexto socioprofesional de las operaciones de comercio internacional.

Objetivos:

Al finalizar esta unidad formativa aprenderás a:

- Interpretar la información, líneas y argumentos de un discurso oral en lengua extranjera, distinta del inglés, formal e informal, presencial y retransmitido, de una operación comercial internacional definida.
- Interpretar los datos e información específica de distintos documentos, informes comerciales y fuentes de información de comercio internacional escritos en lengua extranjera, distinta del inglés, extrayendo la información relevante para una exportación y/o importación de bienes/servicios.
- Producir mensajes orales complejos en una lengua distinta del inglés con fluidez, detalle y claridad, en situaciones-tipo del comercio internacional.
- Interactuar oralmente, en una lengua distinta del inglés, con fluidez y espontaneidad, con uno y al menos dos interlocutores, manifestando opiniones diversas, en distintas situaciones, formales e informales, propias de comercio internacional: visitas a ferias, gestiones y negociación de operaciones con clientes/proveedores.

Índice

UD1. Gestión de operaciones de comercio internacional en lengua extranjera, distinta del inglés

1.1. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional	11
1.1.1. Vocabulario y expresiones en los distintos destinos aduaneros.....	23
1.1.2. Vocabulario y expresiones en la negociación y procesos de acuerdos comerciales.....	42
1.2. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con la contratación y condiciones de la compraventa internacional	48
1.2.1. Condiciones de contratación y financiación.....	52
1.2.2. Tarifas y precios.....	64
1.2.3. Modos de pago.....	71
1.2.4. Prórrogas (Verlängerungen)	82
1.2.5. Descuentos.....	84
1.3. Léxico y fonética de las condiciones de entrega	88
1.3.1. Incoterms	98
1.3.2. Plazos de entrega	104

1.3.3. Condiciones de transporte	111
1.3.4. Incumplimientos, anomalías y siniestros	125
UD2. Presentaciones comerciales en lengua extranjera, distinta del inglés	
2.1. Estructuras lingüísticas y léxico habitual en las presentaciones comerciales en lengua extranjera distinta del inglés.....	143
2.1.1. Fórmulas de marcadores conversacionales: saludo, presentación, despedida, ayuda, interacción	153
2.1.2. Argumentación comercial y características de los productos	164
2.1.3. Conclusiones, despedida y cierre de las presentaciones comerciales.....	174
2.2. Redacción y documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación	183
2.2.1. Elaboración de guiones para la presentación de empresas, productos y/o servicios, en ferias, visitas y cartas	184
2.3. Simulación de presentaciones comerciales orales en lengua extranjera distinta del inglés	199
2.3.1. Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales	223
2.3.2. Entonación y puntuación discursiva básica	226
UD3. Negociación de operaciones de comercio internacional en lengua extranjera, distinta del inglés	
3.1. Estructuras lingüísticas y léxico habitual en procesos de negociación del comercio internacional	263
3.2. Interacción entre las partes de una negociación comercial	289
3.2.2. Argumentos.....	292
3.2.3. Preferencias	293
3.2.4. Comparaciones	299
3.2.5. Estrategias de negociación	301
3.2.6. Contrastes de registros formales e informales y fórmulas habituales	302

3.3. Solicitud de concesiones, reclamaciones y formulación de expresiones en situaciones de negociación.....	305
3.3.1. Mostrar duda, acuerdo y desacuerdo	312
3.3.2. Contradecir en parte	318
3.3.3. Clarificar las opiniones y reformular	320
3.3.4. Expresar contraste y clasificar	322
3.4. Fórmulas de persuasión en una negociación internacional	323
3.5. Simulación de procesos de negociación de exportaciones e importaciones de productos	325
3.5.1. Contraste de registros formales e informales y fórmulas habituales	329
3.5.2. Entonación y puntuación discursiva básica	342

UD4. Contexto socioprofesional de las operaciones en comercio internacional

4.1. Contenidos socioculturales y sociolíngüísticos en entornos profesionales internacionales	363
4.2. Elementos significativos en las relaciones comerciales y profesionales.....	382
4.2.1. Registro formal, neutral e informal	390
4.2.2. Relaciones profesionales en distinto grado de formalidad	392
4.2.3. Relaciones con la autoridad y la administración.....	402
4.3. Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores.	413
4.3.1. Convenciones sociales: Tabúes relativos al comportamiento	418
4.3.2. Fórmulas de cortesía y tratamientos de uso frecuente	425
4.3.3. Convenciones en la conversación y visitas comerciales: puntualidad, ofrecimientos de comida, tiempo de estancia, expresión de expectativas como anfitrión.....	426
4.3.4. Comportamiento ritual: celebraciones y actos conmemorativos.....	438
4.4. Giros y modismos adecuados al contexto del comercio internacional.....	443
4.5. Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor	491

4.5.1. El saludo	496
4.5.2. La posición del cuerpo y las extremidades.....	501
4.5.3. La mirada	503
4.5.4. Las diferencias de género	504
4.5.5. Proximidad física y esfera personal	507
Glosario	535
Soluciones	537

UD1

Gestión de operaciones de
comercio internacional en lengua
extranjera, distinta del inglés

UF1785: Lengua extranjera oral y escrita, distinta del inglés, en el comercio internacional

- 1.1. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional
 - 1.1.1. Vocabulario y expresiones en los distintos destinos aduaneros
 - 1.1.2. Vocabulario y expresiones en la negociación y procesos de acuerdos comerciales
- 1.2. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con la contratación y condiciones de la compraventa internacional
 - 1.2.1. Condiciones de contratación y financiación
 - 1.2.2. Tarifas y precios
 - 1.2.3. Modos de pago
 - 1.2.4. Prórrogas (Verlängerungen)
 - 1.2.5. Descuentos
- 1.3. Léxico y fonética de las condiciones de entrega
 - 1.3.1. Incoterms
 - 1.3.2. Plazos de entrega
 - 1.3.3. Condiciones de transporte
 - 1.3.4. Incumplimientos, anomalías y siniestros

1.1. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional

Para adentrarnos en el mundo de las operaciones de comercio internacional, no hay que obviar conceptos básicos de la economía.

Uno de los primeros conceptos a aclarar en este epígrafe es el de economía (Wirtschaft). Bajo este término englobamos todas las instituciones y medidas que cubren las necesidades de bienes que el hombre tiene (die Bedürfnisse des Menschen nach Gütern decken).

La economía sirve para mantener la vida y hacerla más segura y agradable. Es un tipo de logro cultural que hace posible la vida y que da acceso a otros desarrollos culturales en la tecnología (Technik), la ciencia (Wissenschaft), el arte (Kunst), la filosofía (Philosophie) y la religión (Religion).

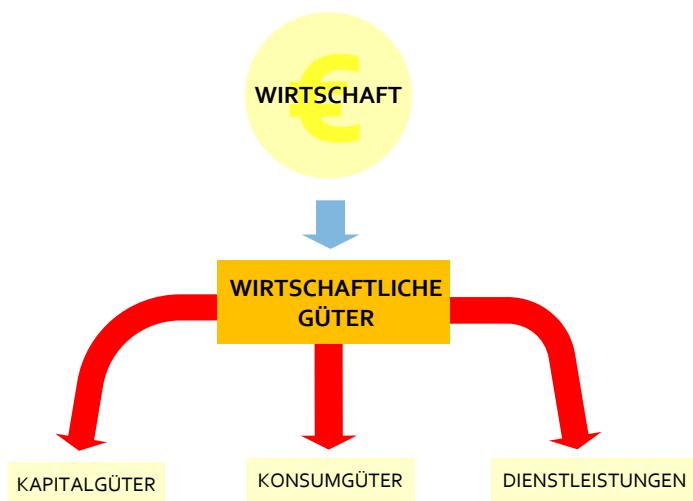
La segunda noción a tener en cuenta es la de bienes económicos (wirtschaftliche Güter). En una economía llamamos bienes a todo lo que satisface las necesidades humanas. Existen los bienes materiales o productos de todo tipo, esto es, comida, ropa, casas, etc., y los bienes no materiales, denominados servicios (Dienstleistungen), es decir, lo que lleva a cabo por ejemplo, una compañía de seguros, un banco, etc.

Los bienes económicos, se clasifican, a su vez, en inversiones o bienes de capital (Investitionsgüter oder Kapitalgüter), en bienes de consumo (Konsumgüter) y en servicios (Dienstleistungen).

Una inversión es todo aquello en lo que una persona coloca su dinero con el fin de obtener algo a cambio, generalmente suele ser también dinero. Los bienes de capital son inversiones que hacen posible la producción de bienes nuevos diferentes, un ejemplo de ellos son las fábricas, las máquinas, etc.

Los bienes de consumo son para el uso de la persona que los compra: comida, ropa.

Para poder producir bienes es requisito previo invertir dinero en bienes de capital. Cuanto más dinero se invierta en la producción, más se llegará a producir.



Vocabulario – Neue Wörter

La economía	Wirtschaft
Utilizar	benutzen, verwenden
La palabra	Wort
De palabra	mündlich
La necesidad	Notwendigkeit, Bedürfnis
El bien, los bienes	Gut, das Gute; Güter
Básico	grundlegend
Por lo tanto	deshalb, daher
El desarrollo	Entwicklung
Los bienes económicos	Wirtschaftsgüter
Económico	wirtschaftlich, finanziell, sparsam

Satisfacer	zufriedenstellen
Humano	menschlich
Aparte de	außer
Material	materiell; Material
El servicio	Dienstleistung
Por ejemplo	Zum Beispiel
El banco	Bank (Geldinstitut)
Realizar	verwirklichen, ausführen
La persona	Person, Mensch
La manera, el modo	Art, Weise
La inversión	Kapitalanlage, Investition
Invertir	investieren, anlegen
El capital	Kapital, Vermögen
Los bienes de capital	Kapitalgüter
El consumo	Verbrauch
Obtener	erlangen, erreichen, bekommen
Diferente	verschieden, unterschiedlich
La producción	Herstellung, Produktion
El uso	(Ge-)Brauch, Benutzung, Verwendung
Usar	gebrauchen, verwenden
Producir	erzeugen, herstellen, produzieren

La elaboración o fabricación de bienes (Erzeugung oder Herstellung von Gütern) es lo que se denomina producción (Produktion), se incluye en ello lo que obtenemos de los recursos naturales, esto es, de la explotación de materias primas (Rohstoffen).

Uno de los grupos de producción importantes es el que transforma las materias primas (petróleo, etc.) en productos acabados, sin olvidar, como dijimos anteriormente, las industrias de prestación de servicios.

Los factores de producción (Produktionsfaktoren) son las causas que hacen que la producción sea posible. Para ello necesitamos personas, que lleven a cabo el trabajo, un sitio en el que producir y capital para poder pagar los sa-

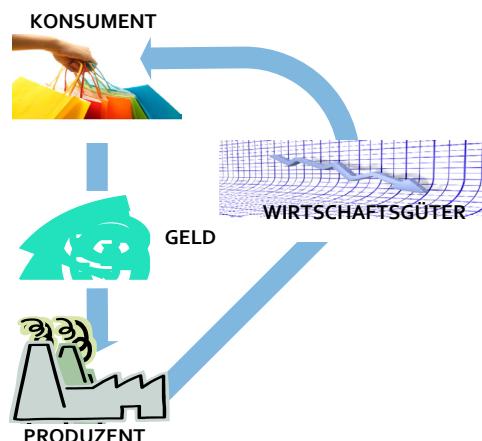
larios, las materias primas, etc. Dentro de la palabra capital englobamos todo lo que está al servicio de la producción, excepto trabajo y suelo, como es el dinero que se invierte en producir y los bienes de capital en que se convierte el dinero invertido: herramientas, máquinas, etc.



La palabra factor procede del latín factor y significa «el que hace».

La distribución de bienes (Die Güterverteilung) incluye todas las actividades económicas que van desde la producción hasta el consumo, tales como la obtención de bienes (die Beschaffung der Waren), transporte (Transport), almacenaje (Lagerung) y venta al consumidor (Verkauf an den Verbraucher).

El consumo de bienes (Konsum oder Güterverbrauch) pasa por varias etapas, la palabra en sí, describe todas y cada una de las formas en que se utilizan los bienes. En una cadena de consumo, el consumidor para un granjero es el molinero, para éste es el panadero, etc.



Las necesidades de bienes (Güterbedarf) que tiene la gente se pueden dividir en dos categorías:

<p>Necesidades básicas (Grundbedarf)</p> <p>Bienes vitales (lebensnotwendige Güter): comida, ropa, vivienda)</p> <p>Servicios vitales (lebensnotwendige Dienstleistungen): enseñanza primaria, asistencia médica, etc.</p>	<p>Necesidades suplementarias (Zusatzbedarf)</p> <p>Bienes culturales y de lujo (Kultur und Luxusgüter): muebles caros, televisores, coches, etc.</p> <p>Servicios culturales (kulturelle Dienstleistungen): Conciertos, teatro, etc.</p>
---	--

Vocabulario – Neue Wörter

Los recursos naturales	Naturschätze
La elaboración	Ver-, Bearbeitung
La fabricación	Anfertigung, Herstellung
La explotación	Nutzung, Ausnutzung
Las materias primas	Rohstoffe
La naturaleza	Natur, Wesen
Transformar	umgestalten, verändern, verwandeln
La manufacturación, la industria	Industrie, Gewerbe
Manufacturar	fertigen, herstellen
Desarrollar	entwickeln
La causa	Ursache, Grund

La condición	Bedingung, Zustand
La razón	Grund
La obtención	Beschaffung
El granjero	Bauer
El panadero	Bäcker
La vivienda	Wohnung
La enseñanza primaria	Grundschule
La distribución	Verteilung
Distribuir	verteilen
El consumidor	Verbraucher
Limitar a	beschränken

El término oferta (Angebot) se puede entender como la cantidad de un tipo específico de bienes o de todos los bienes y servicios que se ofrecen en un mercado. La demanda (Nachfrage), por su parte, es la cara opuesta, esto es, la disposición que existe a comprar lo que existe en un mercado —tanto el deseo como la capacidad—de las personas para comprar los bienes y servicios que se ofrecen.

Entre estas dos expresiones anteriores y el dinero existe una relación y se forma un fenómeno bien conocido por todos, como es La ley de la oferta y la demanda (Das Gesetz von Angebot und Nachfrage): Si la demanda es superior a la oferta los precios subirán. Si la demanda es inferior a la oferta los precios bajarán, o dicho de otra forma: Si la oferta es superior a la demanda los precios bajarán, si es inferior a la demanda los precios subirán: **Wenn das Angebot größer als die Nachfrage ist, werden die Preise sinken; wenn es kleiner als die Nachfrage ist, werden die Preise steigen.**

La oferta y la demanda entran en contacto en el mercado (Markt). Existen varios tipos de mercados, entre ellos se pueden destacar:

- El mercado local (lokaler Markt): punto de encuentro de la oferta y la demanda en una ciudad o pueblo concretos.
- El mercado nacional (Inlandsmarkt, Binnenmarkt o nationaler Markt): oferta y demanda dentro de un mismo país.
- El mercado internacional (Weltmarkt): se contempla la tierra entera como un mercado.
- El mercado del petróleo (Erölmarkt): oferta y demanda del petróleo en un mercado local, nacional o internacional.
- El mercado de los productos alimenticios (Nahrungsmittelmarkt): oferta y demanda de alimentos para el consumo.



Hombre tirando de carrito en el mercado

La producción, distribución y consumo de bienes constituyen la esencia de una economía. Los procesos económicos pueden llegar a ser más complicados de lo que imaginamos, ya que por regla general, un productor suministrará a varios consumidores y éstos cubrirán necesidades comprando productos de más de un productor. Cada negocio y cada trabajador pueden considerarse a la vez productor y consumidor. Toda esta rueda económica es lo que se denomina El ciclo económico (Der Wirtschaftskreislauf)

Vocabulario – Neue Wörter

La oferta	Angebot
La demanda	Nachfrage
La cantidad	Anzahl, Menge
El mercado	Markt
Total	total, ganz, völlig, Gesamt-
Ofrecer	anbieten
Por medio de	mittels
Escoger	auswählen
La cereza	Kirsche
Imaginarse	sich vorstellen
La mayoría	Mehrzahl, Mehrzeit; die meisten
Fluctuar	schwanken
Depender de	abhängig sein von
El proveedor, el suministrador	Lieferant, Anbieter
La empresa	Unternehmen, Firma, Betrieb
La diferencia	Unterschied
La prosperidad	Wohlstand
Prosperidad económica	wirtschaftlicher Wohlstand
Productos alimenticios	Lebensmittel
El alimento	Nahrungsmittel
El mercado laboral	Arbeitsmarkt
El equilibrio	Ausgleich
Excesivo	übermäßig
El intercambio	Ausstausch
La transacción	Transaktion, Abwicklung
El resultado	Resultat
El valor	Wert; Mut

La palabra ciclo (Zyklus) significa repetición periódica de los mismos fenómenos, por tanto, un ciclo económico representa los altibajos que ocurren en el proceso económico. Las fases por las que pasa un proceso económico son las siguientes:

1. Expansión (Aufschwung): El Producto Nacional Bruto (PNB) (Sozialprodukt), la tasa de empleo, los ingresos y el consumo aumentan, hay prosperidad generalizada.	4. Depresión (Depression): La producción, las inversiones, los ingresos y el consumo están en un punto bajo; hay desempleo, quiebras y deflación, el estado general es deprimido.
2. Auge económico (Hochkonjunktur): El PNB está en su punto más elevado, las inversiones están bajo la constante presión de una demanda de bienes hasta que se produce un sobrecalentamiento de la economía, lo que trae consigo sobreempleo y una fuerte inflación.	5. Crisis (Krise): Esta fase está situada, o bien en el punto más alto de la onda que es cuando el sobrecalentamiento económico está al máximo y a partir de ese punto empieza un declive, o bien en la parte más baja, que es donde la depresión es más profunda y a partir de la cuál comienza una expansión.
3. Descenso-recesión (Abschwung): El PNB, las inversiones, la tasa de empleo los ingresos y el consumo disminuyen drásticamente; hay un exceso de oferta, el estado de ánimo es pesimista.	



La palabra crisis procede del griego y significa «separación, distinción, elección, discernimiento», no tiene ninguna connotación negativa, todo lo contrario, es el momento de optar por un camino y renunciar a otro.

UF1785: Lengua extranjera oral y escrita, distinta del inglés, en el comercio internacional

La economía mundial (Weltwirtschaft) está configurada por la suma total de las relaciones económicas extranjeras que las economías nacionales mantienen entre sí. El comercio (Handel) es la relación que más sobresale de todas ellas y abarca en sí, tanto la exportación (Ausfuhr) como la importación (Einfuhr) de mercancías del extranjero.

Comercio mundial (Welthandel) significa el comercio exterior de todas las economías juntas. Se encarga de la distribución (Güterverteilung) y el intercambio (Güteraustausch) de las mercancías entre todos los países del mundo.

El mercado mundial es donde se encuentran la oferta (Angebot) y la demanda (Nachfrage) internacionales. Cada economía está más o menos conectada a esta economía mundial y se beneficia de esta conexión y, de esta manera, pasa a depender de ella. El participar en la economía mundial, a través del comercio exterior significa un aumento en el nivel de vida (Hebung des Lebensstandards).

Las mercancías que se producen en cada país llegan al mercado mundial por medio del comercio y, normalmente llegan las más baratas (die preiswertesten Güter). De hecho, muchas veces los productos extranjeros son más baratos que los producidos en el mismo país. Los productores nacionales tienen la oportunidad de vender sus productos, solo si pueden ofrecerlos a precios que puedan competir con los de los productos extranjeros.

Todo esto es una imagen simplificada del mercado mundial, pero la realidad es que el librecambio o libre comercio (Freihandel), esto es, un comercio internacional libre de intervenciones nacionales y de restricciones, como son, por ejemplo, los derechos de aduana (Zölle) no existe al cien por cien.

Los gobiernos (Regierungen) no quieren renunciar a los medios que tienen para restringir o estimular sus propias economías, como son:

Política arancelaria—subida de aranceles— (Zollpolitik —Zollerhöhung—): para hacer que las importaciones sean más caras que los productos nacionales y así protegerlos.

Bajada de aranceles (Zollsenkung): para estimular las importaciones.

La implantación de sistemas de cupos (Kontingentierung): la importación de ciertas mercancías está limitada a unas cantidades determinadas.

Primas a la exportación (Exportprämien): Lo que permite a las industrias nacionales ofrecer sus productos más baratos en el mercado mundial.