

# TEMA 1

## LA EMPRESA: DEFINICIÓN Y CLASIFICACIÓN (I)

### INTRODUCCIÓN

El propósito de esta actividad es evaluar inicialmente los conocimientos básicos de los estudiantes sobre la empresa, así como su comprensión lectora, su pronunciación y su expresión escrita.

2. Posiblemente los estudiantes podrán definir estas palabras o dar sinónimos. Este es un buen momento para que sugiera a sus estudiantes que se vayan haciendo su propio glosario con la definición en español y, si quieren, el equivalente en su idioma.
3. Haga que sus estudiantes, por turnos, lean en voz alta (tendrán que leer en voz alta en el examen de la Cámara y es necesario que se vayan acostumbrando). Tome notas si luego necesita corregir la pronunciación de alguna palabra.
  - a) Deles unos minutos y luego corrija. 1) F, 2) V, 3) F, 4) F, 5) V. Haga que reescriban las oraciones falsas correctamente.
  - b) Deles unos minutos para que escriban su resumen. Corrija individualmente, ya que esto le permitirá poder evaluar su expresión escrita. Haga que alguno o todos sus estudiantes lo lean en voz alta al resto de la clase.
  - c) Esta actividad le permitirá ver qué conocimientos tienen y cómo se expresan al hablar de temas económicos y/o empresariales. Recuérdeles, de nuevo, que se vayan haciendo su propio glosario. Sería conveniente llevar siempre un diccionario de términos económicos y financieros a clase. Se recomienda el de Ramón Tamames.

### FICHA 1.1.

1. Esta pregunta generará una lluvia de ideas. Escríbalas en la pizarra. Posiblemente saldrán factores que integran la empresa. Dirija las respuestas de sus estudiantes con preguntas como “¿las empresas sólo producen?”, “¿qué necesitan para producir?”, etc.
2.
  - a) El capital, el trabajo y el conocimiento. Pídales que definan el capi-

tal, el trabajo y el conocimiento en el caso de la panadería. El capital es el dinero que aporta la propietaria, el trabajo lo realizan las dependientas y el hornero, y el conocimiento es saber cómo hacer pan.

- b) Industriales: fabricación de cualquier producto; mercantiles: comercialización de cualquier producto; prestación de servicios: bancos, enseñanza, profesiones liberales (abogados, médicos, traductores...) etc.
- c) Lucrativos, o sea, ganar dinero.
- d) Humanos: las dependientas y el hornero; materiales: los hornos y las materias primas; financieros: el dinero para el local y los equipos, los sueldos, etc.
- e) Para reponer los recursos materiales, pagar los servicios recibidos, así como al personal y los administradores, compensar a los propietarios y a los bancos.

f)

Integrar	Integración	Integrado, integrable
Dedicar	Dedicación	Dedicado, dedicable
Captar	Captación, captor	Captado, captable
Gestionar	Gestión, gestor	Gestionado, gestionable
Transformar	Transformación, transformador	Transformado, transformable
Vender	Venta, vendedor	Vendido, vendible
Reponer	Reposición, reponedor, repuesto	Repuesto, reponible
Sufragar	Sufragio, sufragador	Sufragado, sufragable
Retribuir	Retribución, retribuidor	Retribuido, retribuible
Compensar	Compensación, compensador	Compensado, compensable
Solicitar	Solicitud	Solicitado, solicitable

Puede usar esta actividad para recordarles la diferencia entre SER y ESTAR, entre el adjetivo como característica o como resultado de una acción. También puede aprovecharlo para indicar los falsos amigos; por ejemplo, los estudiantes de habla inglesa suelen usar aplicación (*application*), en vez de solicitud.

## FICHA 1.2.

1. a) 2, b) 3, c) 1. Les puede hacer preguntas como “¿Puede ser la misma persona?”, “¿Deben ser personas diferentes?”. La respuesta es abierta.
2. “Tener madera de”: tener lo necesario, lo que se requiere, para hacer algo.
  - b) Deles la clave para interpretar los resultados y pregúnteles si están de acuerdo con sus resultados.

TA = 5 puntos

A= 4 puntos

D= 2 puntos

TD= 1 punto

**Más de 44 puntos:** Eres una persona que se autolidera eficazmente. Organizas y planificas tu tiempo, sabes qué acciones son prioritarias. Adecúas las dificultades a tus capacidades. Estás motivado para lograr tus metas y consigues transmitir esa motivación a los demás.

**Entre 21 y 44 puntos:** Todavía no estás convencido/a de lo que quieres, ni de tus posibilidades de éxito. Deberías establecer tus objetivos y planificar los pasos a dar.

**Menos de 21 puntos:** Te rodea la duda constante. Necesitas un plan de marketing personal, identificar tus puntos fuertes y confiar en tus capacidades. Debes adoptar una actitud más flexible para poder adaptarte al cambio.

3. Según un artículo publicado en “El País”, éstas son las respuestas. Para cada una de ellas pregúntele si sucede lo mismo en su país.

- a) **Edad:** 7% de 18 a 25 años, 27% de 26 a 30 años, 39% de 31 a 35 años, 27% de 36 a 40 años. Pídale que justifiquen a qué se debe esto. Posiblemente a que una persona de 31 a 39 tiene más experiencia y más recursos para montar un negocio.
- b) **Sexo:** 77% hombres, 23% mujeres. Comente que el porcentaje de mujeres aumenta cada año, lo que significa que la tendencia está cambiando.
- c) **Formación:** Universitarios 55%, secundaria 30%, primaria 7%, otros (cursos, seminarios, foros, etc) 8%. Pregúntele si creen que es imprescindible tener formación universitaria para ser empresario. Haga que justifiquen sus respuestas, ya que no hay una sola respuesta válida para esta pregunta.
- d) **Motivos para crear empresas.** Tradición familiar, 9%. Superación personal, 14%. Una idea, 17%. Estar en paro (o sea, sin trabajo, desempleado), 31%. Oportunidad, 12%. Ganar más dinero, 9%. Otros, 8%. ¿Cuáles creen que pueden ser estos “otros motivos” para crear una empresa?

Indíqueles que España, desafortunadamente, es uno de los países con la tasa de paro más alta de la Unión Europea, por lo que lleva a muchas personas a querer montar una empresa. Además, las personas que reciben una subvención por estar desempleados, pueden capitalizarla, es decir, recibir una sola cantidad en vez de mensualidades, por lo que muchos la solicitan de esta manera para crear una empresa. Sin embargo, tendrán que presentar un plan de negocio o montar una sociedad cooperativa o laboral con otras personas para que se lo concedan.

### FICHA 1.3.

1. Pregúnteles, ANTES DE TRABAJAR EL VOCABULARIO, cómo creen que se pueden clasificar las empresas según su dimensión y qué características tiene la empresa grande, la pequeña, etc.
2.
  - a) Una plantilla igual o inferior a 250 personas, un volumen de negocio anual no superior a 40 millones de euros o un balance anual no superior a 27 millones de euros y que no esté participada por una gran empresa en más del 25% de su capital o de su derecho a voto.
  - b) Para fomentar la competitividad y evitar el mal uso de subvenciones. Si hay diferentes criterios en cada país, algunas empresas podrían aprovecharse y otras se verían perjudicadas. Si se aplican los mismos criterios a todos los países, eso no puede suceder.
  - c) Prácticamente todas las empresas de la UE son pymes y ofrecen empleo a muchos millones de personas.
  - d)

TIPO DE EMPRESA	NÚMERO DE EMPLEADOS	VOLUMEN DE NEGOCIO
Microempresa	1-9	Menos de 1 000 000€
Pequeña empresa	10-49	Entre 1 y 9 millones de €
Mediana empresa	50-250	Entre 9 y 50 millones de €

Sus estudiantes podrán deducir fácilmente las características de la gran empresa: más de 250 empleados y más de 50 000 000€ en ventas. Seguramente los estudiantes se preguntarán qué criterio se usaría en caso de que, por ejemplo, una empresa tenga 15 empleados y facture 60 000 000€, o sea, que caiga en una clasificación según un criterio, y en otra según otro criterio. En casos como éste, el criterio determinante es el del volumen de negocios, o sea, que sería una empresa grande.

- e) Según un artículo publicado en “El País”, ésta es la clasificación por tamaño de las empresas en España:
  - ▶ Pequeñas empresas (de 10 a 49): 5,2%.
  - ▶ Medianas empresas (de 50 a 250 empleados): 0,7%.
  - ▶ Grandes empresas (más de 250 trabajadores): 0,1%.
  - ▶ Microempresas (de 1 a 9 empleados): 39,4%.
  - ▶ Sin asalariados (personas que trabajan por cuenta propia y no tienen empleados. Por ejemplo, las profesiones liberales): 54,6%.

3. ▶ Ventajas: a) escasa conflictividad, b) flexibilidad, c) proximidad.  
 ▶ Desventajas: a) control, b) precios, c) financiación, d) menor formación, e) escasa fuerza negociadora, f) técnica.

4.

Posición	Nombre	Ventas (millones €)	País	Sector
1. <sup>a</sup>	Daimler Chrysler	162 384	Alemania	Automóvil
2. <sup>a</sup>	Royal Dutch/Shell Group	161 413	Holanda	Petróleo y derivados
3. <sup>a</sup>	BP Group	160 240	Reino Unido	Petróleo y derivados
4. <sup>a</sup>	TotalFina Elf	114 557	Francia	Petróleo y derivados
5. <sup>a</sup>	E.on Group	93 240	Alemania	Energía
6. <sup>a</sup>	Volkswagen	—	Alemania	Automóvil
7. <sup>a</sup>	Siemens	78 396	Alemania	Tecnología
8. <sup>a</sup>	Carrefour	64 802	Francia	Distribución
9. <sup>a</sup>	Fiat	—	Italia	Automóvil
10. <sup>a</sup>	Nestlé	53 567	Suiza	Alimentación

- a) En cuanto a las empresas españolas, Repsol YPF (Yacimientos Petrolíferos Fiscales, empresa argentina adquirida por Repsol) se dedica a petróleo y derivados. Telefónica, como seguramente sabrán, a telecomunicaciones. Endesa pertenece al sector energético, Cepsa (antigua compañía pública Compañía Española de Petróleo S.A.) a petróleo y derivados, El Corte Inglés, como también sabrán, a la distribución, y Altadis (antigua Tabacalera) a la producción y distribución de cigarrillos.

#### FICHA 1.4.

Pregúnteles qué entienden por empresa local/regional, nacional, comunitaria, multinacional y global antes de realizar esta actividad. Luego, que lean las definiciones del texto.

1. a) global, b) local, c) multinacional, d) nacional, e) comunitaria.

2. Una sucursal depende de la oficina central, por ejemplo, las sucursales de los bancos. No pueden tomar decisiones independientemente. En cambio, las filiales, sí. Tienen autonomía financiera y cierta libertad para tomar decisiones.

3. Antes de realizar la actividad, pregúnteles por qué creen que Coca Cola es una compañía global. Escriba sus respuestas en la pizarra y compárelas con las que proporciona el texto.

a) Son compañías globales o “glocos” Vodafone, Dell Computer Corporation, Wal-Mart Stores, Inc., Volkswagen AG y Citigroup, Inc. Telefónica y BBVA son multinacionales españolas, tienen una fuerte presencia en otros países. Ikea y Seat son también multinacionales. En cuanto a Marks & Spencer, resulta anecdótico mencionar que tuvo que cerrar todas sus tiendas en España porque intentó vender los mismos productos que en Inglaterra sin tener en cuenta las grandes diferencias entre los consumidores británicos y los españoles! Curiosamente, sus locales fueron adquiridos por El Corte Inglés, que también se quedó con su plantilla.

4.

b) transnacionales, facturan, fusión, rivales, marcas.

c) El título original de este artículo era la opción 2. Pídeles que expliquen por qué los otros dos títulos no son posibles.

## ACTIVIDADES RECOPILOTARIAS

1. Pregúnteles primero qué ventajas y desventajas suponen las multinacionales para los países donde se instalan, para ver sus conocimientos antes de realizar la actividad.

b) Circule por la clase para escuchar los distintos diálogos. Tome notas. Comente las cosas que le parezcan importantes o haga una puesta en común donde cada miembro de la pareja explicará su propuesta o sus razones para aceptar/rechazar la propuesta, respectivamente.