

Español Lengua Extranjera

Entorno empresarial

Textos complementarios y claves



Nueva
edición

Nivel

B2

Marisa de Prada
Montserrat Bovet
Pilar Marcé

 edelsa

Entorno empresarial

Curso de español para extranjeros

*Textos
complementarios y claves*

Nivel B2

**Marisa de Prada
Montserrat Bovet
Pilar Marcé**



1.^a edición: 2014

3.^a impresión: 2021

Edelsa Grupo Didascalía, S. A. Madrid, 2014.

Autoras: Marisa de Prada, Montserrat Bovet, Pilar Marcé.

Dirección y coordinación editorial: Departamento de Edición de Edelsa.

Diseño de cubierta: Departamento de Imagen de Edelsa.

Diseño y maquetación interior: Departamento de Imagen de Edelsa.

ISBN: 978-84-7711-359-1

Depósito legal: M-17588-2014

Impreso en España / *Printed in Spain*

Notas:

- *La editorial Edelsa ha solicitado los permisos de reproducción correspondientes y da las gracias a todas aquellas personas e instituciones que han prestado su colaboración.*
- *Las imágenes y los documentos no consignados más arriba pertenecen al Departamento de Imagen de Edelsa.*
- *Cualquier forma de reproducción de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de la editorial, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.*

TEXTOS COMPLEMENTARIOS

(material fotocopiabile)

Texto 1. El laboratorio de ideas de Mercadona

Lea el siguiente texto y

- complételo con las palabras del recuadro
- conteste las preguntas.

productos	referencias
supermercados	lineales
servicio	proveedores
departamentos	surtido
tienda	procesos
consumidor	venta
necesidades	

«En Mercadona, la clave del éxito pasa por mantener la mentalidad de tendero treinta años después». La afirmación de Juan Roig, su fundador, encierra una filosofía empresarial en la que el (1) _____ final, al que la cadena de supermercados denomina «jefe», se encuentra en el «centro de todas las decisiones». En la búsqueda de dicho objetivo, Mercadona puso en marcha el denominado *modelo de coinnovación*. Una suerte de laboratorio de ideas donde los clientes consumen, cocinan, limpian y se asean junto a los profesionales de la empresa para cribar aquellos (2) _____ que pueden resultar más atractivos antes de que lleguen a los (3) _____ de los supermercados.

En los centros de coinnovación, que reproducen las estancias de una vivienda en las propias instalaciones de los (4) _____, la empresa recibe en primera persona críticas y sugerencias de los consumidores, que se procesan hacia los (5) _____ de prescripción, encargados en última instancia de la selección de los productos que salen a la (6) _____ una vez conocidas las (7) _____ de los usuarios. Gracias a la interlocución con los clientes, Mercadona ha incorporado a su surtido nuevas (8) _____ a través de las sugerencias y quejas del teléfono de Atención al Cliente, de preguntar y observar en las tiendas, de reunirse con los clientes y visitar sus casas. La cadena de valor se traslada a los (9) _____ de Mercadona, que aplican los (10) _____ de innovación a los productos.

Una vez se superan los límites del laboratorio de ideas y los productos alcanzan los lineales, comienza una nueva tarea basada en la relación de los clientes en la misma (11) _____. Esta relación directa permite a la empresa adaptarse a las necesidades que los clientes le trasladan a diario. Esta colaboración se ha plasmado en cambios concretos, como la ampliación del (12) _____ de productos perecederos para dotarlo de mayor variedad o el establecimiento de un (13) _____ personalizado en las secciones de frutas y verduras. También se cambiaron envases por otros que, como demandaban los clientes, muestran con mayor nitidez el producto que contienen. Además, por primera vez, Mercadona ha aceptado encargos por adelantado en campañas especiales como la de Navidad.

Adaptado de *ABC Economía*

PREGUNTAS

- ¿Cuál es el eje de la filosofía empresarial del fundador de Mercadona?
- ¿De qué maneras concretas realiza Mercadona su filosofía empresarial, según el texto?
- ¿Puede explicar con sus propias palabras en qué consiste un centro de coinnovación?
- ¿Piensa que el modelo de coinnovación de Mercadona podría aplicarse en otros sectores? Justifique su respuesta.
- ¿Conoce alguna otra empresa que aplique el modelo de coinnovación de Mercadona o uno similar? Explica.

Texto 2. El sabor de La Costeña

Lea el siguiente texto y

- a) complételo con las opciones que se le dan (a, b o c)
b) conteste las preguntas.

La Costeña nació en 1923 y es líder del mercado de picantes en México. Esta empresa ostenta su (1) _____ en conservas de chiles, salsas, frijoles enlatados, salsas de tomate, verduras, frutas en almíbar, mermeladas, moles, purés y vinagres.

Sus principales productos se elaboran con distintos chiles, por lo que necesita conseguir materia prima de calidad en volumen suficiente para abastecer sus mercados en cualquier temporada. ¿Cómo asegurar el abastecimiento de la materia prima a lo largo del año? ¿Cómo garantizar, fuera de temporada, la calidad y frescura de los productos? La solución es negociar con sus (2) _____. Para ello, aseguran al productor la compra de todas sus cosechas a cambio de estabilidad en los precios. Así, la (3) _____ de conservas consigue buenos precios durante todo el año y los proveedores afianzan la venta de sus cosechas a un solo comprador.

Originalmente, La Costeña surtía sus productos desde sus oficinas centrales en la ciudad de México, hecho que demoraba enormemente sus (4) _____. Ante este problema, decidió abrir otros centros de distribución (suman 27, repartidos estratégicamente por todo el país). Así se ha logrado que las entregas no tarden más de 24 horas. La idea es darle valor agregado a sus (5) _____, lo que les permite aminorar sus inventarios mediante un constante resurtido, y les deja, así, el 75% de espacio para poder albergar otras mercancías.

Los recipientes también se fabrican en sus instalaciones, con lo que ha logrado obtener más utilidades y disminuir sus niveles de inventario. El costo de producción del envase, más un (6) _____ de ganancia, se agrega al precio final, lo que les genera dos utilidades en lugar de una.

A diferencia de otras empresas que manejan productos regionales, esta compañía emplea el mismo tipo de envase para todos los artículos (aún para los de exportación) y solamente varían las (7) _____. Esta decisión se tomó después de observar que la creación de distintos envases para atender sus diversos mercados implicaría inventarios diferentes con un enorme crecimiento de costos.

Antes de lanzar un producto nuevo, la compañía investiga hasta año y medio para cerciorarse de la (8) _____ del proyecto. Una vez que confirman este punto, se ponen en marcha las líneas de fabricación.

La Costeña trabaja con productos de primera necesidad, es decir, que más allá de la (9) _____ o de los vaivenes del poder adquisitivo, siempre tendrán demanda en el mercado.

Cuando el producto es nuevo, pero ya existe en el mercado, realmente no resulta tan problemático posicionarlo, pero si la propuesta es más novedosa, como sucedió con la mayonesa de tubo, destina un (10) _____ especial para publicidad, pues saben que un cambio de presentación altera notablemente el volumen de ventas del producto. La publicidad es la que hace la diferencia e inclina la balanza hacia la aceptación del artículo en el mercado.

Adaptado de www.soyentrepreneur.com

Opciones:

- | | | |
|---------------------|-----------------|-------------------|
| 1 a) rótulo | b) marca | c) título |
| 2 a) empleados | b) consumidores | c) proveedores |
| 3 a) planta | b) nave | c) fábrica |
| 4 a) deudas | b) entregas | c) pedidos |
| 5 a) agentes | b) viajantes | c) distribuidores |
| 6 a) margen | b) logro | c) rasgo |
| 7 a) tapas | b) tarjetas | c) etiquetas |
| 8 a) fluctuación | b) viabilidad | c) volatilidad |
| 9 a) estacionalidad | b) actividad | c) solicitud |
| 10 a) presupuesto | b) abono | c) ahorro |

PREGUNTAS

- ¿Piensa que el acuerdo entre La Costeña y sus proveedores beneficia a ambas partes por igual? Justifique su respuesta.
- ¿Qué estrategias utiliza La Costeña para ahorrar costos y asegurarse buenas ventas?
- Lea de nuevo la última frase del texto. ¿Piensa que la publicidad juega un papel tan decisivo en la aceptación de los artículos en el mercado? Justifique su respuesta con ejemplos.

Texto 3. Cultura y gestión de recursos humanos

Lea el siguiente texto y:

- a) complételo con una de las opciones que se le dan
- b) conteste las preguntas.

La cultura impregna (1) _____ los ámbitos de actuación del ser humano y, (2) _____, el ámbito empresarial es uno de ellos. Numerosos estudios a lo largo de los años han mostrado cómo la cultura juega un papel clave a la hora de negociar, de ejercer el liderazgo o en general de tratar temas relacionados con la gestión de recursos humanos.

En cuanto a esto último, un estudio reciente (3) _____ las diferentes formas de abordar temas como la contratación laboral, la rotación de cargos o la jerarquía en diferentes culturas.

Así, por ejemplo, vemos que a la hora de aceptar un contrato, las personas que proceden de culturas individualistas, como podría (4) _____ la de Estados Unidos, se suelen centrar principalmente en que sus aptitudes (5) _____ a los requisitos del puesto de trabajo y en comprobar si la remuneración se ajusta a sus necesidades.

(6) _____, los empleados que proceden de culturas colectivistas, como por ejemplo la de la China continental, normalmente dan (7) _____ importancia a la buena relación con sus colegas y con la empresa en general. Así, en China e India, las experiencias compartidas, como (8) _____ en la misma localidad o haber acudido a la misma escuela son de vital importancia, y en un proceso de selección de personal pueden influir (9) _____ en el entrevistador como en el entrevistado. En estas culturas, es habitual recurrir a la contratación interna y a las recomendaciones personales, (10) _____ en las culturas individualistas prefieren basar la selección de personal en títulos, cualificaciones y criterios de selección medibles y objetivos.

En cuanto a la rotación de puestos de trabajo, en las sociedades colectivistas, los empleados se identifican más con los valores de la empresa y (11) _____ lo general tienen una gran afinidad con supervisores y colegas. Cuando las circunstancias son adversas, los colectivistas (12) _____ menos propensos a culpar de sus errores al entorno inmediato, ya que valoran mucho la lealtad. Es poco probable, pues, que los empleados descontentos (13) _____ la empresa y a los directivos (14) _____ cuesta más hacer despidos, aunque el rendimiento de sus empleados sea bajo.

Por el contrario, los trabajadores de sociedades individualistas se interesan más por que su puesto de trabajo se ajuste a sus cualificaciones y expectativas (15) _____ se centran en sus logros personales y en las perspectivas de promoción dentro de la empresa.

En las culturas colectivistas, las empresas fomentan (16) _____ todo la fidelidad y la estabilidad de la relación entre jefe y empleado para generar seguridad y compromiso. En cambio, las empresas de cultura individualista optan (17) _____ promocionar o no al empleado en función de su rendimiento.

Por (18) _____ parte, en relación con la autonomía, en las culturas colectivistas, que suelen ser muy jerárquicas, los individuos se sienten cómodos recibiendo instrucciones de supervisores, al contrario de (19) _____ sucede en países con una tradición más individualista.

Como vemos, los aspectos culturales tienen un impacto directo en todos los temas relacionados con la gestión de recursos humanos. Tener un conocimiento más profundo de las diferencias culturales es imprescindible (20) _____ anticipar y gestionar mejor las prácticas internacionales de RR. HH., las relaciones interpersonales y las expectativas laborales en una sociedad global.

Adaptado de <http://www.ieseinsight.com>

1	a) esos	b) algunos	c) todos	d) mayoría
2	a) en cambio	b) por supuesto	c) al contrario	d) sin embargo
3	a) comparará	b) compararía	c) comparara	d) compara
4	a) ser	b) estar	c) ir	d) tener
5	a) se adapten	b) se adaptan	c) se adaptarían	d) se adaptaban
6	a) Ante el contrario	b) Por el contrario	c) Al contrario	d) Con el contrario
7	a) menor	b) menos	c) mejor	d) más
8	a) había nacido	b) ha nacido	c) haber nacido	d) habrá nacido
9	a) tanto	b) igual	c) tan	d) más
10	a) porque	b) mientras que	c) mientras	d) para que
11	a) por	b) con	c) de	d) para
12	a) están	b) son	c) van	d) dan
13	a) abandonan	b) abandonarían	c) abandonarán	d) abandonen
14	a) los	b) les	c) se	d) le
15	a) ni	b) y	c) o	d) ∅
16	a) con	b) para	c) sobre	d) en
17	a) para	b) en	c) con	d) por
18	a) ∅	b) su	c) otra	d) la
19	a) la que	b) lo cual	c) que	d) lo que
20	a) para	b) por	c) a	d) de

PREGUNTAS

1. ¿Qué aspectos se valoran más en las culturas individualistas a la hora de aceptar un puesto de trabajo?
2. ¿En qué culturas se da menos la rotación de puestos de trabajo? ¿Por qué?
3. ¿Qué empleados se sienten menos cómodos recibiendo órdenes de su superior?
4. ¿De qué forma cree que el conocimiento de las diferencias culturales puede ayudar a mejorar la gestión de RR. HH. de las empresas multinacionales?
5. ¿A qué ámbito cultural cree usted que corresponde su experiencia laboral? ¿Ha trabajado en países o culturas diferentes? ¿Dónde se reflejaban las diferencias culturales?

Texto 4. ¿Motivamos o desmotivamos?

1. Antes de leer el texto, señale si está usted de acuerdo (DA) o en desacuerdo (ED) con las siguientes afirmaciones:

- El dinero es el único factor que realmente motiva al personal.
- Reconocer el trabajo del empleado es fundamental.
- Sentirse responsable del propio trabajo asusta y provoca estrés.
- Esperar que la empresa se responsabilice de la formación del empleado tiene como consecuencia la falta de motivación del trabajador.
- La posibilidad de comunicarse de forma abierta mejora el clima laboral y la motivación de los empleados.

2. Ahora lea el texto, ¿coinciden sus respuestas con los comentarios del artículo? Si no es así, argumente por qué no está de acuerdo con el contenido del texto.

Motivar al trabajador para que esté contento es una tarea compleja, ya que cada persona es diferente, percibe las cosas de distinta forma y, por tanto, se motiva también de distinta manera. Lo que vale para una persona no vale para otra.

Frecuentemente se considera al dinero como único factor motivador, pero esta teoría no solamente es errónea sino que, además, en el caso de que fuese cierta, perjudicaría notablemente a las pequeñas empresas cuyos recursos económicos son más bien escasos.

Aunque el dinero sea un factor motivador, existen otras muchas acciones motivadoras:

- *Variación en la tarea*: está demostrado que el trabajo rutinario es desmotivador.
- *Agradecimiento*: una sincera palabra de agradecimiento en el momento preciso puede significar, para un empleado, mucho más que un aumento de sueldo.
- *Hacer ver al empleado la importancia de su trabajo*: las personas disfrutamos haciendo las cosas bien. Un trabajador tiene que captar que gracias a su trabajo el producto que diseña se fabricará, se admirará su escultura o rodará el vehículo para el que rectifica el eje.
- *Delegación de responsabilidades*: además de que la delegación es necesaria para la correcta gestión de una organización, los empleados trabajarán mejor si tienen autonomía, utilizan la creatividad y se sienten dueños y responsables de sus decisiones.
- *Carrera profesional*: los empleados necesitan sentir que evolucionan profesionalmente, que tienen una meta y que cada día avanzan en esa dirección.
- *Promoción*: si el trabajador tiene carrera profesional en la empresa y esta se ha preocupado de su formación, la organización tiene en su propia casa a la persona que precisa para las vacantes que se producen o los nuevos procesos que se incorporan.
- *Comunicación*: el personal tiene que recibir constantemente la comunicación necesaria sobre todo lo que acontece en la organización, sea bueno o malo: los resultados del ejercicio, las estrategias y planes de futuro, etc. Un trabajador debe conocer cuál es el futuro de la empresa y las decisiones importantes que se toman. De esta forma se sentirá dentro de la organización, tendrá sentimiento de pertenencia.
- *Programas de sugerencias y política de puertas abiertas*: los trabajadores se sentirán motivados si perciben que se escuchan y valoran sus sugerencias. Mucho más si los directivos y responsables de procesos mantienen una política de puertas abiertas y el trabajador ve un clima de comunicación abierta con sus superiores.
- *Ambiente laboral*: un buen clima laboral favorece la integración de las personas en la organización y es una de las bases del éxito empresarial. El ambiente laboral comienza con el grato recibimiento en la empresa y la preocupación de la organización por el nuevo trabajador, y se alcanza cuando la persona trabaja en un entorno favorable propiciado por la calidad del líder, la flexibilidad en las reglas y los procedimientos, el grado de confianza, la formación, la retribución justa, etc.

Texto 5. Las empresas buscan profesionales en las universidades

Lea el texto y

- a) complételo con una de las opciones (a, b, c o d)
b) conteste las preguntas.

Las empresas saben que captar buenos profesionales es siempre un reto difícil. Para lograr (1) _____ objetivo, muchas compañías se acercan a las universidades a fin de contratar a los (2) _____. «La empresa que necesita jóvenes universitarios es consciente de que solo en colaboración con la universidad (3) _____ a este colectivo», dice Luis López.

El porcentaje de contratados mediante convenios y acuerdos de colaboración con universidades y escuelas de negocios es (4) _____ reducido: los expertos lo sitúan entre el 5% y el 10% de las contrataciones empresariales. «Estos últimos años se (5) _____ las formas de acercamiento entre las empresas y las universidades».

En (6) _____ opinión, no existe una única vía para atraer a futuros profesionales. Depende (7) _____ tipo de empresa y de qué es exactamente lo que (8) _____ en la universidad en cuanto a la captación de talentos. En todo caso, (9) _____ las acciones tienen que converger hacia una situación en la que todas las partes (empresa, universidad y talentos) consideren beneficiosa la relación. Pero ¿(10) _____ son las principales técnicas que siguen las empresas para reclutar (contratar) talentos universitarios? La (11) _____ de las universidades dispone de un servicio de bolsa de empleo (12) _____ facilitar la inserción laboral de sus alumnos y titulados.

En los foros de empleo que organizan algunas escuelas de negocios se realizan entrevistas laborales a los alumnos. El foro es la plataforma ideal para cerrar ofertas de trabajo entre empresas y estudiantes. El pasado año (13) _____ un 27% más de empresas que en la anterior edición.

Apartado del periódico *La Vanguardia*

- | | | | | |
|----|------------------|------------------|---------------------|----------------|
| 1 | a) esto | b) esta | c) este | d) estos |
| 2 | a) bien | b) mejores | c) buen | d) mejor |
| 3 | a) llegará | b) llegando | c) llegue | d) llegara |
| 4 | a) aún | b) apenas | c) ya | d) casi |
| 5 | a) multiplicaron | b) multiplicarán | c) han multiplicado | d) multiplican |
| 6 | a) nos | b) nosotros | c) nuestro | d) nuestra |
| 7 | a) de | b) a | c) al | d) del |
| 8 | a) buscar | b) buscando | c) buscan | d) busca |
| 9 | a) varias | b) algunas | c) todas | d) unas |
| 10 | a) cuáles | b) qué | c) quiénes | d) cuántos |
| 11 | a) mayor | b) mayoría | c) grande | d) gran |
| 12 | a) para | b) por | c) de | d) a |
| 13 | a) ha venido | b) vino | c) había venido | d) venía |

PREGUNTAS

- ¿Cuáles son las principales técnicas que siguen las empresas para reclutar (contratar) talentos universitarios?
- Además de las técnicas ya existentes, ¿cómo podría fomentarse la relación entre empresa, universidad y talentos?
- En su opinión, ¿cuáles son las ventajas de celebrar foros de empleo en las universidades y escuelas de negocios? ¿Piensa que ayudan de forma eficaz tanto a empresas como a estudiantes a conseguir sus objetivos? Justifique su respuesta.

Texto 6. La ética en publicidad

Lea las preguntas que aparecen en la entrevista y

- a) contéstelas
- b) relaciónelas con la respuesta adecuada.
- c) ¿Coinciden sus respuestas con las del señor Luis Bassat?

Entrevista a Luis Bassat, presidente de la agencia de publicidad Bassat, Ogilvy & Mather.

<p>1. ¿Cuáles son las claves de la ética en publicidad?</p>	<p>a) Porque no se puede hacer todo en muchas cosas de la vida. La publicidad es como un gran altavoz. Cuando uno tiene poca voz, no importa que cante mal. Cuando se tiene mucha voz, es importante no desafinar.</p>
<p>2. ¿Por qué no se puede hacer todo en publicidad?</p>	<p>b) Todos son responsables. Solo el anunciante es capaz de decir la verdad sobre el producto. La agencia tiene que saber decir que no cuando sospecha que el anunciante no dice la verdad. El medio tiene derecho a rechazar un anuncio, si este rechazo no favorece a la competencia.</p>
<p>3. ¿Crea tendencias la publicidad?</p>	<p>c) La vida está llena de cosas. La creatividad es infinita y las posibilidades de decir cosas positivas de un producto son ilimitadas.</p>
<p>4. ¿Cómo se puede anunciar sin olvidar los mínimos éticos?</p>	<p>d) Las marcas seguirán jugando un papel cada vez más importante, porque son y serán la confianza en la que se basa una compra. En segundo lugar, la publicidad se dirigirá a grupos de personas más reducidos. Nacerán nuevos medios y seguirá funcionando la publicidad que agrade al espectador: además de vender un producto y construir una marca, los anuncios ofrecerán al espectador una sonrisa... Por último, la publicidad será más rigurosa con la verdad.</p>
<p>5. ¿Cómo dividiría la responsabilidad de un anuncio entre anunciante, publicista y medio?</p>	<p>e) Comparto lo que decía David Ogilvy: «Yo nunca haría un anuncio que no le gustara ver a mi mujer». Esta frase tiene su sentido, ya que la mayor parte de los compradores son mujeres. Personalmente, yo nunca haría una publicidad de la que me pudiera avergonzar.</p>
<p>6. ¿Cómo se imagina la publicidad del futuro?</p>	<p>f) El publicista es como un «surfista» que en medio del mar ve llegar las olas. Su habilidad está en decidir a qué ola se sube. A veces, antes de que la ola llegue a la playa se lanza a la arena, aprovechando su fuerza. Entonces, parece que llega antes que la ola, pero no es así. Volviendo a la realidad, la publicidad siempre va detrás, siempre necesita de la fuerza de la moda.</p>

Adaptado de *VII Coloquio de Ética Empresarial y Económica*, IESE

1	2	3	4	5	6

Texto 7. Los clientes roban protagonismo a los productos

Complete el siguiente texto con la opción correcta y conteste las preguntas.

Vender las cualidades de un producto y diseñar promociones capaces (1) _____ seducir al consumidor han sido clave para el éxito empresarial.

- a) a b) en c) de d) por

Post-it o *Kleenex* representan el culmen de estas acciones que (2) _____ transformar el producto en el Producto con mayúsculas.

- a) conseguían b) consiguieron c) consiguiendo d) conseguirían

Pero los tiempos cambian y las técnicas de venta también. Ahora, el poder no reside en los artículos (3) _____ en los clientes.

- a) ni b) pero c) sí d) sino

Conocer bien a todos ellos y (4) _____ es el nuevo reto del *marketing*.

- a) los fidelizar b) fidelizarse c) fidelizarlos d) se fidelizar

El fabricante informático Dell es un protagonista (5) _____ en los discursos sobre acierto empresarial y gestión innovadora.

- a) habitual b) hábito c) habituado d) habitualmente

Parte de su éxito consiste en (6) _____ al cliente y diseñado su oferta en función de sus necesidades.

- a) escuchado b) escuchando c) haber escuchado d) escucha

En contra del resto de compañías, Dell decidió (7) _____ de los canales tradicionales de distribución para vender de forma directa.

- a) prescindir b) rescindir c) persuadir d) convertir

Así, consiguió cantidades ingentes de información sobre los clientes, desde sus preferencias de compra hasta pistas sobre (8) _____ no funcionaba y era necesario mejorar.

- a) que b) lo que c) del que d) las que

En España, el 73% de los directivos (9) _____ superado por la información que recibe de sus clientes.

- a) se sienta b) se siente c) sienta d) siente

El 44% reconoce que, de haber contado con la información adecuada, (10) _____ decisiones distintas.

- a) ha tomado b) habría tomado c) había tomado d) habré tomado

La (11) _____ forma de acertar es orientar toda la empresa hacia el único objetivo capaz de asegurar, de verdad, el éxito y la rentabilidad: conocer al cliente.

- a) sola b) única c) aislada d) una

Adaptado del diario *Expansión*

PREGUNTAS

- En su opinión, ¿qué información sobre los consumidores puede ser más útil para ayudar a las empresas a vender su producto? ¿Necesitan todas la misma información? Justifique su respuesta con ejemplos.
- En el texto se afirma que «la única forma de acertar es orientar toda la empresa hacia el único objetivo capaz de asegurar, de verdad, el éxito y la rentabilidad: conocer al cliente». ¿Cree que esta afirmación es aplicable a todo tipo de productos y servicios? Justifique su respuesta.

Texto 8. ¿Cuánto valen los servicios?

Lea el siguiente texto y

- a) **complételo con la opción correcta**
- b) **responda las preguntas.**

Para calcular el precio de un producto se tienen en cuenta aspectos fácilmente cuantificables, pero ¿cómo se decide el de algo tan inmaterial y variable como un servicio?

«Las estrategias de precios en las empresas de servicios son más complicadas que en las que comercializan productos, (1) _____ entran en juego factores más difíciles de cuantificar.

- a) desde que
- b) ya que
- c) puesto
- d) aún

Prueba de ello es que lo que nos cuesta cualquier producto es “su precio”; (2) _____ que lo que pagamos por un determinado servicio tiene diferentes denominaciones: tarifa, cuota, honorario, renta, peaje, tasa, etc.», explica Emilio de Velasco, profesor del Instituto de Empresa.

- a) durante
- b) luego
- c) mientras
- d) entre

La dificultad de fijar los precios de los servicios (3) _____, sobre todo, en su intangibilidad.

- a) provoca
- b) se basa
- c) cuenta
- d) ayuda

«Los servicios no son algo material, no se pueden valorar después de comprarlos y algunas de sus características son difíciles de juzgar (4) _____ después de su consumo», explica Jesús Crespo, profesor de la escuela de negocios Cesma.

- a) incluso
- b) ni siquiera
- c) además
- d) nada

La intangibilidad de los servicios plantea dificultades a la hora de determinar los costes. El coste de producción de una lavadora se calcula fácilmente, pero ¿(5) _____ cuesta producir un servicio de asesoramiento empresarial?

- a) cuándo
- b) cuanto
- c) cuánto
- d) cómo

«Para fijar los costes de producción, la empresa deberá (6) _____ variables intangibles como el esfuerzo o el tiempo dedicados a la prestación del servicio junto a los costes absolutamente cuantificables, como el alquiler de una oficina o los gastos de personal», explica Emilio de Velasco.

- a) darse cuenta
- b) tener en cuenta
- c) rendir cuentas
- d) hacer cuentas

Una de las decisiones principales es si vamos a optar (7) _____ precios altos o bajos. No se pueden fijar precios altos si se comercializan servicios con poco valor añadido.

- a) para
- b) en
- c) de
- d) por

A medida que el servicio adquiera valor añadido y un carácter personal y único, (8) _____ mayor libertad para fijar el precio.

- a) existirá b) existiendo c) exista d) existía

Para Jesús Crespo, «solo las empresas que consigan diferenciarse y posicionarse con algún atributo importante para los consumidores podrán cobrar precios más altos y estos precios, (9) _____, podrán ser indicadores de la calidad del producto».

- a) en vez b) cada vez c) a su vez d) ninguna vez

José María Juan, profesor de *marketing* de la escuela de negocios ESIC, asegura que «el concepto de nivel justo de precios está presente en la mente de (10) _____ de los consumidores con respecto a los productos, pero no así con respecto a los servicios».

- a) parte grande b) gran parte c) grandes d) aparte

(11) _____ los servicios los proporcionan personas, es esencial una correcta selección, formación y motivación de los empleados.

- a) Salvo que b) Dado que c) Excepto que d) En caso de que

Si contratamos los servicios de un abogado, no solo valoraremos los resultados obtenidos, (12) _____ también el trato recibido, si nos mantiene informados...

- a) pero b) pues c) sí d) sino

Los precios de los servicios no tienen un carácter tan fijo como los productos. Algunas veces, (13) _____ el prestador de los servicios sabe cuánto va a cobrar hasta que no acaba su tarea.

- a) no b) ni c) incluso d) o

Adaptado de la revista *Emprendedores*

PREGUNTAS

1. ¿Puede dar ejemplos de cómo puede añadirse valor a un servicio y darle «un carácter personal»?
2. ¿Cree que en todos los servicios tiene la misma importancia una cuidada selección del personal? Justifique su respuesta.
3. «Solo las empresas que consigan diferenciarse y posicionarse con algún atributo importante para los consumidores podrán cobrar precios más altos y estos precios, a su vez, podrán ser indicadores de la calidad del producto». ¿Está usted de acuerdo con esta afirmación? Justifique su respuesta.

Texto 9. Perfil del inversor español: prudente y poco arriesgado

Lea el siguiente artículo y

a) complete las frases inacabadas

b) conteste las preguntas.

Un estudio de Deutsche Bank, realizado en cinco países europeos, revela que los españoles somos quienes menos invertimos y los que tenemos un perfil de riesgo menos pronunciado.

Los datos comparativos son muy significativos. Así, el 38% de los españoles afirma tener contratados productos de inversión, frente a casi el doble en Alemania. En cuanto al perfil de riesgo, solo el 10% de los españoles se considera «muy o moderadamente arriesgado», frente a una media del 25% en Europa.

Tres parecen ser los motivos principales de estas diferencias. Por un lado, la tendencia en España a invertir en el mercado inmobiliario (85% de casas en propiedad, frente a un 35% en Alemania). Por otro, el bajo conocimiento de productos complejos de inversión (hasta hace poco, la cuenta corriente y poco más). Y por último, un cierto conservadurismo en la sociedad española.

Con estas diferencias tan marcadas, es difícil que los mercados financieros constituyan en España, a pesar del *boom* bursátil de finales de la década pasada, un elemento cotidiano para la mayoría de los ciudadanos. Por otro lado, las entidades financieras se ven obligadas a adaptar su cartera de productos a este perfil: planes de pensiones, seguros de vida o depósitos a plazo fijo siguen siendo las estrellas. Y si además te regalan una cubertería... ¡¡para qué más!!

Adaptado de www.cincodías.com

1. Los españoles somos los que menos...
2. En Alemania contratan...
3. Los motivos de las diferencias entre España y Alemania son...
4. La mayoría de los ciudadanos españoles consideran los mercados financieros...
5. Las entidades financieras españolas ofrecen...

PREGUNTAS

1. ¿Cómo podrían las entidades financieras españolas fomentar en sus clientes un espíritu inversor de mayor riesgo? Justifique sus sugerencias.
2. ¿Cree usted que la cultura de un país influye en los hábitos de inversión de sus habitantes? Justifique su respuesta.
3. ¿Cómo calificaría a los inversores de su país de origen? Compárelos con los inversores españoles.

CLAVES

Unidad 1. LA EMPRESA

Vocabulario

1. Defina los siguientes términos y complete las frases.

- 1. asesor de empresas; 2. Bolsa/socios; 3. quiebra;
- 4. sociedad mercantil; 5. capital social; 6. exportación; 7. montar un negocio.

2. Relacione cada definición con la palabra adecuada.

a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)
2	3	5	1	4	7	8	6

3. Lea el diálogo siguiente y complételo con las palabras de los ejercicios 1 y 2.

(Ver transcripciones, p. 160)

Recursos

1. Clasifique las siguientes locuciones que aparecen en el diálogo anterior según su función.

Introducir una explicación: *mire usted; vamos a ver; verá usted; le explico.*

Indicar la repetición de un hecho: *a menudo; con frecuencia; repetidas veces.*

Indicar una dificultad: *me temo que; es prácticamente imposible; lo veo difícil.*

Confirmar una información: *¿no es así?; ¿no?; por supuesto; sí; sin duda; claro; desde luego; así es; ¿cierto?*

2. ¿Podría clasificar estas otras locuciones en la tabla anterior?

(ver ejercicio anterior)

3. Elija la opción correcta.

- 1. c); 2. b); 3. a); 4. b).

4. Lea las frases siguientes y complete el diálogo.

- (1) vuestra empresa se estaba haciendo
- (2) se vuelve más conservadora
- (3) no hay que ponerse tan
- (4) ponerse nervioso
- (5) nos hemos vuelto muy indecisos
- (6) quedarse paralizado

Gramática

1. Elija el verbo correcto.

- 1. se ha vuelto; 2. he quedado; 3. se ha puesto; 4. nos estamos volviendo; 5. se hizo.

2. Complete los diálogos con el verbo adecuado.

- 1. se ha vuelto; 2. se ha puesto; 3. se quedó - se pone; 4. se ha hecho; 5. te pongas - me he puesto.

3. Asocie cada adjetivo con *ponerse, volverse, hacerse o quedarse.*

ponerse: triste, enfermo

volverse: introvertido

hacerse: rico, famoso, socio, empresario, autónomo

quedarse: sorprendido, solo, sordo

4. Elija *ser* o *estar* y escriba la forma correcta del verbo.

- 1. es; 2. está; 3. están; 4. será - era; 5. está - está.

5. Clasifique estos adjetivos en la tabla siguiente.

ser	estar
ambicioso, atrevido, capaz, conveniente, responsable, útil, calculador, impulsivo, resolutivo, eficiente, justo, importante, competente	capacitado, preparado, satisfecho, ausente, contento, comprobado, resuelto

6. Relacione cada expresión con el significado adecuado.

Ser

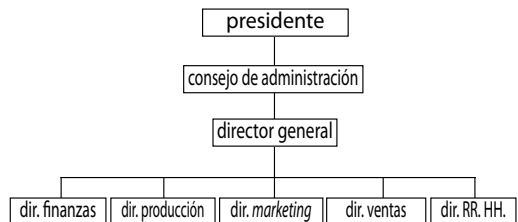
- 1. c); 2. b); 3. e); 4. a); 5. d).

Estar

- 1. e); 2. c); 3. d); 4. b); 5. a).

TALLER DE... Empresa

1. Complete el organigrama con los siguientes cargos directivos.



2. Complete el organigrama anterior.

Finanzas: 1. contabilidad; 2. cobros y pagos; 3. elaboración y control de presupuestos.

Producción: 1. procesos de fabricación; 2. control de calidad; 3. control del almacén.

Marketing: 1. estudio de la competencia; 2. planificación comercial; 3. estudio de mercado.

Ventas: 1. organización de la red de ventas; 2. previsión de ventas; 3. relación con clientes y proveedores.

RR. HH.: 1. formación del personal; 2. contratación y despidos del personal; 3. sistemas de remuneración del personal.

3. Discuta con su compañero qué departamento tendría más importancia en los sectores siguientes.

- 1. b); 2. a); 3. d); 4. c).

4. Explique, con sus propias palabras, qué cometido desempeña cada cargo directivo. Después

relaciónelo con su función.

1. e); 2. h); 3. c); 4. b); 5. d); 6. f); 7. g); 8. a).

Es noticia**1. Lea el siguiente artículo sobre Inditex y complete las frases.**

1. Una empresa centralizada, muy integrada verticalmente, con absoluto control de los procesos industriales, dueña de la mayoría de sus tiendas.
 2. Inexistente. No hace publicidad. 3. Responder al mercado. Mientras una empresa de moda ordinaria necesita planificar sus colecciones con adelanto de un año, Zara es capaz de diseñar, producir y poner una nueva línea en sus tiendas en solo 30 días.
 4. Moda y complementos. 5. Fuertes inversiones en tecnología e infraestructura y soporta mayores costes de mano de obra para lograr un plus de control, flexibilidad y velocidad en todos los procesos.

La clave del éxito**2. Busque estas informaciones en www.inditex.com y complete la tabla.**

(datos de 2013)

Razón social de la empresa: *Grupo Inditex, Arteixo, La Coruña (España)*. Año y lugar de fundación: *1975, La Coruña (España)*. Tipo de sociedad: *S. A. que cotiza en Bolsa desde 2001*. Capital social: *93.5 (millones de euros)*. Mercado objetivo: *según la cadena*. N.º de establecimientos: *6340*. Cifra de negocio actual: *16 724 (millones de euros)*. Beneficio neto: *2 377 (millones de euros)*. Número de empleados: *128 313*. ¿Qué oportunidades profesionales ofrece?: *trabajar en diseño, fabricación, logística y venta en tiendas propias*.

Entrevista con**Pregunta 3**

1. F; 2. V; 3. V; 4. V.

Pregunta 4

1. política exterior; 2. objetivo; 3. empresas; 4. controlar; 5. mercado; 6. ventas; 7. segunda marca; 8. 50 %.

Unidad 2. RECURSOS HUMANOS**Vocabulario****1. Defina los siguientes términos y complete las frases.**

1. entrevista; 2. contrato; 3. convenio; 4. plantilla; 5. salario; 6. contrato indefinido; 7. anuncios/remuneración; 8. horario laboral.

2. Relacione cada definición con la palabra adecuada.

a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	j)
10	3	7	5	1	4	9	8	2	6

3. Lea el diálogo siguiente y complételo con las palabras de los ejercicios 1 y 2.

(Ver transcripciones, p. 160 - 161)

Recursos**1. Clasifique las siguientes locuciones que aparecen en el diálogo anterior según su función.**

Introducir una constatación: *como (usted) sabe; como ya sabe; como ya le han informado*.

Pedir aprobación o conformidad: *si está conforme; ¿está conforme?; ¿le parece bien?*

Introducir una información o pregunta: *por cierto; a propósito*.

Presentar un contraargumento: *sí, es cierto, pero; en cualquier caso; pero también; sin embargo*.

Introducir una información de la que no se tiene seguridad: *a primera vista; parece que; efectivamente*.

Expresar certeza: *es cierto que; estoy (totalmente) seguro; estoy convencido; sé que; seguro que*.

2. ¿Podría clasificar estas otras locuciones en la tabla anterior?

(ver ejercicio anterior)

3. Marque la expresión contraria.

1. c); 2. b); 3. b); 4. a).

4. Complete la siguiente carta con las locuciones de esta sección.

1. a primera vista; 2. es cierto que; 3. Como usted sabe/Como ya le han informado; 4. Estoy seguro/Estoy convencido; 5. Si le parece bien/En cualquier caso; 6. Como usted sabe/Como ya le han informado/A propósito/Por cierto.

5. Lea las frases siguientes y complete el texto.

(1) Estuve 6 años en Francia

(2) me ocupaba de Oriente Medio

(3) no era habitual

(4) hasta ese momento había sido

(5) Nunca había pensado

(6) de repente me surgió

Gramática**1. Lea estas preguntas y complételas con el tiempo adecuado del pasado.**

1. conoció; 2. llevó; 3. tenía; 4. ha sido/ha superado; 5. aportaron; 6. conoció/se había planteado; 7. estudiaba/pensaba; 8. marcó; 9. eligió; 10. había alcanzado.

2. Complete los siguientes diálogos con las formas del pasado adecuadas.

1. he enviado/he recibido/han contratado; 2. me enteré/estaba/He llamado/estaba/fue; 3. podía/Estaba; 4. tuviste/empezó/fue/he recibido/me habían seleccionado; 5. había aceptado/recibió/pasó/vivía; 6. estaba/comentabas/he pensado.

3. Escoja adjetivos de la lista y construya frases con un nexos consecutivo distinto en cada una.

Respuestas libres.

TALLER DE... Recursos Humanos

2. ¿Qué información se incluye en estas ofertas de trabajo?

- 1. La equitativa.
- 2. Empresas europeas.
- 3. Universitario... no marcamos límites al futuro.

	1	2	3
Requiere:			
Conocimientos de algún idioma		X	X
Titulación superior			X
Experiencia laboral en el sector	X	X	
Edad mínima para el puesto	X	X	
Características personales específicas	X	X	
Ofrece:			
Incorporación en plantilla	X	X	X
Beneficios sociales	X		
Posibilidad de desarrollo profesional	X		X
Remuneración a convenir			

3. Complételo con la información del recuadro.

- 1. Adjunta al director de compras internacionales.
- 2. Coordinación de entrega de mercadería.
- 3. Responsable de cuentas-proveedores.
- 4. Preparación de información para cierres contables y análisis de deudores del exterior.
- 5. Fabricación y distribución de productos para el hogar.
- 6. Máster en Dirección de Empresas.
- 7. Licenciada en Administración de Empresas (ADE).
- 8. Dotes de comunicación y organización.

Es noticia

2. Lea el siguiente artículo y conteste las preguntas.

1. Se creó en 1969; 2. Consumidores y trabajadores; 3. Los trabajadores participan en el capital de la empresa y en los resultados económicos; 4. Posibles respuestas: promueve la capacitación de los trabajadores/intenta cubrir las vacantes y los nuevos puestos con miembros de la plantilla/apuesta por la contratación indefinida/la no contratación de empleados eventuales en puestos estructurales/trabajo estable que permite desarrollar una carrera profesional de calidad, etc; 5. Respuesta libre.

La clave del éxito

2. Busque estas informaciones en www.eroski.es y complete la tabla.

(los datos variarán según el año)
 Nombre del presidente: *Agustín Markaide Soraluze*.
 Número de trabajadores-propietarios: 12 620 so-

cios trabajadores son propietarios de EROSKI. Número de empleados: (en 2012) 38 420. Cifra de negocio actual: 6 222 millones de euros. Marcas: EROSKI, EROSKI Natur, EROSKI basic, EROSKI Sannia, EROSKI SeleQtia, ECRON, belle. Presencia internacional: Francia y Alemania. Buscar empleo en Eroski. ¿Qué hay que hacer? Inscribirse en su sitio web y enviar CV por Internet para responder a sus ofertas. Posibilidad de presentar candidatura espontánea.

Entrevista con

Pregunta 3

- 1. F; 2. V; 3. F; 4. V.

Pregunta 4

- 1. entrevistas; 2. conocer; 3. trayectoria profesional; 4. características humanas; 5. referencias; 6. haya desempeñado; 7. aspirantes; 8. lista de personas; 9. trayectoria.

Unidad 3. MARKETING Y PUBLICIDAD

Vocabulario

1. Defina los siguientes términos y complete las frases.

- 1. folletos/consumidor; 2. descuentos; 3. revistas; 4. feria; 5. promocionar/medios de comunicación; 6. oferta.

2. Relacione cada definición con la palabra adecuada.

a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	j)
3	8	9	7	6	2	1	4	10	5

3. Lea el diálogo siguiente y complételo con las palabras de los ejercicios 1 y 2.

(Ver transcripciones, p. 161-162)

Recursos

1. Clasifique las siguientes locuciones que aparecen en el diálogo anterior según su función.

Confirmar una información: *¡desde luego!*; *por supuesto*; *¡ya lo creo!*

Retomar un tema anterior: *por cierto*; *volviendo a*; *hablando de*.

Expresar deseos: *confiamos en*.

2. Lea el texto siguiente. Sustituya las locuciones subrayadas por las sinónimas que aparecen a continuación.

- 1. Ante todo; 2. En cuanto a; 3. cabe observar; 4. sin embargo; 5. Asimismo; 6. cabe destacar.

3. Relacione las dos columnas.

- 1. c); 2. d); 3. e); 4. a); 5. b).

4. Lea las frases siguientes y complete la conversación.

- (1) No me sorprende que se haya encontrado con
- (2) buscamos una campaña que nos pueda

- (3) necesitamos que las acciones publicitarias vayan dirigidas a
 (4) es de esperar que haya recopilado
 (5) tan pronto como la tengan,

Gramática

1. Complete los siguientes diálogos en subjuntivo o indicativo y explique el motivo para usarlos.
 1. habla; 2. conozca/tenga; 3. sepa; 4. cumpla/pueda; 5. trabajaba; 6. esté.
 2, 3, 4 y 6 tienen valor de desconocimiento. 1 y 5 tienen valor de conocimiento.
 2. Elija la forma correcta.
 1. sepa; 2. conocen; 3. estuvo; 4. llegue; 5. muestre; 6. sea; 7. cambiemos; 8. salgan/necesitan.
 3. Escriba la 1.ª persona del singular del pretérito perfecto de subjuntivo de estos verbos.

Infinitivo	1.ª pers. pretérito perfecto de subjuntivo
satisfacer	haya satisfecho
identificar	haya identificado
reponer	haya repuesto
ejecutar	haya ejecutado
romper	haya roto
transmitir	haya transmitido
rehacer	haya rehecho
escribir	haya escrito

b. ¿Con qué estructuras podrían ir las formas del pretérito perfecto de subjuntivo de la actividad anterior?

1. Es posible que, 3. Duda que, 5. Es lógico que, 7. Es mejor que, 8. No cree que, 10. Me agradece que.

c. Escriba frases con las siguientes estructuras. Respuesta libre.

4. Esta es una relación de actividades que se suelen realizar en un Departamento de Marketing
 1. No creo que haya observado el comportamiento del consumidor; 2. No creo que haya elaborado encuestas; 3. No creo que haya invertido tiempo y medios para ampliar la información; 4. No creo que haya realizado estudios de mercado; 5. No creo que haya comprobado las posibilidades del mercado; 6. No creo que haya decidido el tipo de envases, diseños, formas y colores del producto; 7. No creo que haya hecho test de productos.

TALLER DE... Marketing y publicidad

1. Lea las siguientes definiciones. ¿Se refieren al marketing o a la publicidad?
 1. marketing; 2. publicidad; 3. marketing; 4. publicidad.
 2. ¿A cuál de los siguientes conceptos se refieren estas definiciones?
 1. producto; 2. precio; 3. promoción.
 3. ¿Cómo definiría la publicidad ilícita? Relacione los siguientes tipos de publicidad ilícita

con su definición.

1. b); 2. d); 3. a); 4. c).

Es noticia

3. Lea el siguiente artículo y conteste las preguntas.

1. Paradores es una empresa pública que se gestiona como una empresa privada; 2. Por la originalidad de sus instalaciones. La mayoría de los paradores de turismo se encuentra ubicada en edificios vinculados al patrimonio del Estado: castillos, palacios y conventos...; 3. La gastronomía, mediante la organización de eventos creados para potenciar la calidad en la comida y el gusto por lo viejo. Otro tipo de ventajas es la incorporación a la oferta de campos de golf y spa...; 4. Tiene unos niveles de venta directa muy altos, tanto a través de la central de reservas como a través de Internet.

La clave del éxito

3. Entre en www.parador.es y complete la tabla.

(los datos variarán según el año)

Parador más antiguo: *Gredos, 1928*; Programas de fidelización: *Amigos de Paradores*; Promociones que se ofrecen: *Tarjetas regalo, tarjeta cinco noches, ofertas de puentes, larga estancia, dos x 1, fin de semana, días dorados*; ¿En qué consiste el programa Rutas en Paradores? *Más de 40 rutas para combinar estancias en varios establecimientos*; Entornos en los que se encuentran los paradores: *en ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad, en entornos monumentales y en parques nacionales y áreas naturales*; Tipo de edificio en el que nos podemos alojar: *castillos, palacios y conventos*.

Entrevista con

Pregunta 3

1. V; 2. F; 3. F; 4. V.

Pregunta 4

1. publicidad; 2. anuncio; 3. economista; 4. mercado publicitario; 5. crecimiento; 6. nivel creativo; 7. fuerte crecimiento; 8. televisión.

Unidad 4. COMPRAS Y VENTAS

Vocabulario

1. Defina los siguientes términos y complete las frases.

1. materia prima; 2. margen de beneficios; 3. intermediarios; 4. pedidos; 5. envío/plazo de entrega; 6. existencias; 7. número de referencia; 8. sección de compras.

2. Relacione cada definición con la palabra adecuada.

a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	j)	k)	l)
11	1	12	4	10	9	8	6	5	2	3	7

3. Lea el diálogo siguiente y complételo con las palabras de los ejercicios 1 y 2.

(Ver transcripciones, p. 162-163)

Recursos

1. Clasifique las siguientes locuciones que aparecen en el diálogo anterior según su función.

Expresar la causa: *gracias a; ya que; por culpa de; a causa de.*

Expresar inmediatez: *estar a punto de.*

Advertir: *hemos de; ten en cuenta.*

Expresar el cese de una actividad: *dejar de.*

2. Relacione cada expresión con su sinónima y complete las frases.

1. d); 2. a); 3. e); 4. f); 5. b); 6. c).

1. según/como; 2. me da la impresión de que/creo que; 3. Me da la impresión de que/Creo que; 4. Por suerte/Afortunadamente; 5. por poco/casi; 6. Por suerte/Afortunadamente.

3. ¿Qué cree que significan las siguientes expresiones del diálogo? Relacionelas con su significado.

1. b); 2. d); 3. a); 4. c).

4. Lea las frases siguientes y complete el diálogo.

(1) Me encantaría que continuaran

(2) sería que cerca de la mitad se convirtieran

(3) No pensaba que fuera así.

(4) Sería lógico que cambiaran

(5) dudaba que consiguieran

Gramática

1. Complete la tabla.

Hacer	Ir	Estar	Poder	Ser
hiciera	fuera	estuviera	podiera	fuera
hicieras	fueras	estuvieras	podieras	fueras
hiciera	fuera	estuviera	podiera	fuera
hiciéramos	fuéramos	estuviéramos	pudiéramos	fuéramos
hicierais	fuerais	estuvierais	pudierais	fuerais
hicieran	fuieran	estuvieran	podieran	fuieran

2. Escriba los verbos en la forma correcta del pretérito imperfecto de subjuntivo.

1. trabajara; 2. revisáramos; 3. tuvieran; 4. hicieran; 5. conocieran; 6. Quisiera.

3. Complete los diálogos con los siguientes verbos o expresiones.

1. Era importante; 2. Es mejor; 3. Dudaba; 4. gustaría; 5. Es lógico.

4. Complete las frases con el verbo en la forma adecuada.

estuvieras; molestaras; preocuparas; hiciera.

5. Escriba la forma verbal adecuada y añada que cuando sea necesario.

1. asegurarse; 2. perder - ampliar; 3. que queden - que estén; 4. potenciar - lograr; 5. que - disfrutaran - que fuera.

TALLER DE... Compras y ventas

1. Relacione las dos columnas formando grupos de palabras que tengan significado.

1. f); 2. i); 3. g); 4. c); 5. b); 6. d); 7. e); 8. a); 9. h); 10. j); 11. j); 12. g).

2. Complete el texto con las preposiciones adecuadas.

1. En; 2. por; 3. de; 4. de; 5. de; 6. en; 7. en; 8. de; 9. para; 10. en; 11. por; 12. de; 13. con/para; 14. en; 15. bajo; 16. de; 17. de; 18. por; 19. de; 20. por; 21. por; 22. por; 23. en.

3. b. ¿Qué características corresponderían a cada cliente?

Suele tener reacciones rápidas e impacientes. Se considera en posesión de la verdad. *Agresivo.*

Se muestra impaciente y nervioso. *Inestable.*

Apenas contesta a las preguntas que se le hacen.

Es una persona impasible. Da la impresión de que no entiende lo que se le dice. *Reservado.*

Parece no escuchar lo que se le dice. *Distraído.*

No deja de hablar. Si el diálogo no se dirige hábilmente, la conversación se desvía hacia otros temas. *Locuaz.*

Es incapaz de tomar una decisión. Se interesa por diferentes productos al mismo tiempo. Pide opiniones a todos los que le rodean. *Indeciso.*

Le gusta hablar fuerte y se muestra muy brusco y violento. Exige argumentaciones. *Dominante.*

Pone en duda las afirmaciones del vendedor. Busca demostrar su conocimiento del tema. *Vanidoso.*

4. ¿Cómo actuaría con cada tipo de cliente? ¿Qué evitaría?

Táctica	Evite
a. Hable con seguridad y permanezca impasible ante sus argumentos. <i>Agresivo.</i>	1. Interrumpir la conversación. Procure que las pausas sean breves. <i>Reservado.</i>
b. Sea puntual y satisfaga las promesas que hace a su cliente. <i>Dominante.</i>	2. Que la conversación pierda energía. <i>Indeciso.</i>

c. Concentre la argumentación en un solo punto. Demuestre interés. <i>Distraído.</i>	3. Contradecir al cliente. No deje que se desconcierte. <i>Vanidoso.</i>
d. Sea amable y demuestre interés. Haga preguntas cuya respuesta sea afirmativa. <i>Reservado.</i>	4. Perder el control y hacer promesas que no puede cumplir. <i>Agresivo.</i>
e. Escuche, pero trate de llevar la conversación hacia el producto. <i>Locuaz.</i>	5. Interrumpir o hablar demasiado. No se deje dominar por los nervios. <i>Inestable.</i>
f. Suministre información y dele consejos útiles. <i>Indeciso.</i>	6. Discutir o tomar sus sarcasmos como algo personal. <i>Dominante.</i>
g. Demuestre interés por sus opiniones e ideas. <i>Vanidoso.</i>	7. Distraerse o interrumpir la argumentación. <i>Distraído.</i>
h. Escuche atentamente lo que le pide. Sea rápido en gestos y palabras. <i>Inestable.</i>	8. Proponer novedades continuamente. <i>Locuaz.</i>

a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)
4	6	7	1	8	2	3	5

Es noticia

2. Lea el siguiente artículo y conteste las preguntas.

1. En que la última generación es más industrial.
 2. 1. Creó una red de distribuidores por España.
 2. Levantó una nueva bodega cerca de Jumilla.
 3. Implantó el primer tren de embotellado de alta capacidad.
 3. Porque el *brick* era un envase diferente a la tradicional botella de vidrio.
 4. El deseo de diversificación y el hecho de ver que el consumo de las bebidas alcohólicas estaba decreciendo.
 5. El éxito se debe a la idea de introducir nuevas líneas de productos y a la alta inversión en tecnología.

La clave del éxito

2. Navegue por www.garciacarrion.com y complete la tabla.

¿Dónde está la sede central?: *Madrid*; En la diversificación de sus productos, ¿cuál es y cuándo se introduce su última novedad?: *2011, zumos exprimidos 100%*; ¿En qué planta «Don Simón» solo se producen zumos?: *Almería, el zumo ecológico. En Huelva se exprimen las naranjas recién cogidas*; Enumere tres productos refrigerados «Don Simón»: *Zumos, gaz-*

pacho, caldo; ¿Qué ventajas competitivas tienen los vinos de mesa «Don Simón»?; *La implantación de las últimas tecnologías para ofrecer una relación calidad/precio imbatible*; ¿Con cuántas denominaciones de origen (D.O.) cuenta JGC?: *10*; Indique un ejemplo de publicidad comparativa Don Simón: *El caso Pascual*.

Entrevista con

Pregunta 1

1. casualidad; 2. invitación; 3. vocación; 4. prejuicios; 5. sociedad; 6. futuro; 7. venta; 8. subsistir; 9. «marcar la diferencia».

Pregunta 4

1. F; 2. F; 3. V; 4. V.

Unidad 5. IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN

Vocabulario

1. Defina los siguientes términos y complete las frases.

1. fronteras; 2. cámaras de comercio/exportación; 3. regulación; 4. tratados/mercancías; 5. mercado.

2. Relacione cada definición con la palabra adecuada.

a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	j)
5	9	1	3	2	10	4	7	6	8

3. Lea el diálogo siguiente y complételo con las palabras de los ejercicios 1 y 2.

(Ver transcripciones, p. 163)

5. Complete la siguiente tabla.

sustantivo	verbo	adjetivo
integración	integrar	integrado
exportación	exportar	exportable
mercancía	---	mercantil
gestión	gestionar	---
competencia	competir	competitivo
protección	proteger	protegido
legalización	legalizar	legal

Recursos

1. Clasifique las siguientes locuciones que aparecen en el diálogo anterior según su función.

Para preguntar la opinión: *¿qué te parece lo de...?; ¿cómo lo ves?; a tu entender; ¿consideras...?*

Para indicar sorpresa: *¡vaya!; ¡no me digas!; ¡ah, sí!; pero ¿qué dices?*

Para indicar suposición: *quizá; supongo que; suponiendo que; tal vez; imagino que; a lo mejor.*

Mostrar escepticismo: *no sé qué decirte; no me convence del todo; tengo mis dudas.*

2. ¿Podría clasificar estas otras locuciones en la tabla anterior?

(ver ejercicio anterior)

3. Marque la expresión sinónima de las siguientes locuciones.

1. c); 2. d); 3. a); 4. b).

4. Lea las frases siguientes y complete la entrevista.

(1) si un candidato quiere optar a un puesto...

(2) lo encontraría justo.

(3) si hubiéramos formado a muchos profesionales en el dominio de idiomas...

(4) no se habría necesitado contratar...

Gramática

1. Elija la opción correcta.

1. reduce; 2. fuera; 3. estudias; 4. hubiera montado; 5. hubiéramos conseguido; 6. supiera; 7. pudieras; 8. lograras; 9. hubiera salido; 10. lees.

2. Complete las frases con los verbos en imperfecto de subjuntivo y condicional.

1. fusionaran - se concentraría - se haría cargo;

2. comprarían - tuviera; 3. estuviera - ocuparía;

4. fueran - se conseguiría; 5. exigiera - tendría;

6. concedieran - podría.

3. Complete las frases con los verbos en imperfecto de subjuntivo y continúelas usando el condicional.

1. tuviera - podría avanzar en mi trabajo; 2. trabajara - tendría más posibilidades de promoción interna; 3. dejara - me pondría a estudiar; 4. fuera - saldría más; 5. estuviera - no me lo ofrecerían; 6. interesara - la empresa iría mejor; 7. me dedicara - me dedicaría a la exportación; 8. decidiera - me iría a vivir a una isla desierta.

4. Complete los diálogos con imperfecto de subjuntivo o pluscuamperfecto de subjuntivo y con condicional simple o compuesto.

1. esperaran - iría; 2. hubiera sabido - habría dicho; 3. pudieras - acompañaría; 4. se dieran cuenta - pondrían; 5. supiéramos - sería; 6. hubiera aceptado - ocuparía.

5. Completa las frases con el verbo adecuado.

2. estuvieran; 3. hubiera; 4. alcanzaran; 5. obtuvieran; 6. dedicaran - fueran.

TALLER DE... Importación y exportación

1. Relacione cada pregunta con su respuesta.

1	2	3	4	5
c)	e)	a)	b)	d)

2. Las siguientes siglas pertenecen a los Incoterms más utilizados. Relaciónelas con su significado.

EXW: (Ex Works/En fábrica); **FOB:** (Free on Board/Franco a bordo); **FAS:** (Free Alongside Ship/Franco al costado del buque); **CFR:** (Cost and Freight/

Coste y flete); **DAF:** (Delivered at Frontier/Entregada en frontera); **CIF:** (Cost, Insurance and Freight/ Coste, seguro y flete).

3. Ahora relacione cada sigla con su explicación.

1. EXW; 2. FAS; 3. FOB; 4. CFR; 5. CIF; 6. DAF.

Es noticia

Lea el siguiente artículo sobre Imaginarium y conteste las preguntas.

1. Porque es clave para el éxito de la empresa ya que el *stock* de sus establecimientos es limitado.

2. Debido a la rápida expansión del número de establecimientos deciden franquiciar la marca en España. Establecen, entonces, un sistema mixto para maximizar su capacidad de crecimiento y mantener el control sobre la empresa «gracias a un modelo de franquicia muy estructurado y exigente». 3. Significa que hay una filosofía detrás de cada producto, esto es, juguetes con una serie de conceptos segmentados por edades con el fin de estimular al niño en su crecimiento. Si se suma una estética específica, da como resultado un tipo particular de juguete muy identificado con su marca y orientado hacia un cliente con un nivel cultural y económico alto, sin importar dónde viva.

La clave del éxito

2. Navegue por www.imaginarium.es y complete la tabla.

Los dos objetivos fundamentales de la empresa son: *ayudar al desarrollo humano de los niños a través del juego y hacer que el niño y su imaginación sean protagonistas*; ¿Qué opciones de trabajo se ofrecen?: *Tiendas, oficinas centrales, plataforma logística*; Además de juguetes, ¿qué otras líneas de producto se ofrecen?: *Libros y tecnología*. ¿Qué nombre recibe la tarjeta de fidelización?: *Club Imaginarium*.

Entrevista con

Pregunta 3

1. V; 2. F; 3. F; 4. V.

Pregunta 4

1. administración; 2. puesto; 3. administrador único; 4. órgano de gobierno; 5. presidente; 6. vicepresidente; 7. consejero-delegado; 8. intención; 9. cotizar; 10. dinero prestado; 11. empresa familiar; 12. seguir creciendo; 13. limitaciones.

Unidad 6. LA BANCA

Vocabulario

1. Defina los siguientes términos y complete las frases.

1. créditos/préstamos; 2. sucursales bancarias; 3. cheque; 4. cuenta corriente/liquidez; 5. declaración de patrimonio.

2. Relacione cada definición con la palabra adecuada.

a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	j)
3	1	4	10	2	9	8	6	7	5

3. Lea el diálogo siguiente y complételo con las palabras de los ejercicios 1 y 2.

(Ver transcripciones, p. 164)

Recursos

1. Clasifique las siguientes locuciones que aparecen en el diálogo anterior según su función.

Dar la palabra al interlocutor: *usted dirá; usted primero, por favor.*

Aconsejar: *lo mejor es; lo más adecuado es; sería aconsejable; en su caso, lo mejor es; si fuera usted; si me permite un consejo.*

Introducir una explicación: *verá; le explico; mire, verá; si no le parece mal.*

Mostrar extrañeza: *¡qué raro!; ¡ah, sí?; me extraña; ¿de verdad?; ¿en serio?*

2. ¿Podría clasificar estas otras locuciones en la tabla anterior?

(ver ejercicio anterior)

3. Marque la expresión que no pertenece al grupo.

1. a); 2. b); 3. c).

4. Lea las frases siguientes y complete el diálogo.

(1) entidad en la que todo

(2) conocimientos nuevos especialmente en los que puedan

(3) con los que te sientas identificado.

(4) todos los que nos ayuden

(5) mercados financieros cuyas perspectivas

Gramática

1. Complete los breves diálogos con los pronombres relativos adecuados.

1. del que - al que; 2. por la que - cuyo; 3. del que - de los que; 4. cuya; 5. con quien.

2. Elija el relativo correcto.

1. que - los que; 2. el que - con la que; 3. con el que - en quien; 4. en el que; 5. desde los que.

3. Lea las frases siguientes y complete el diálogo.

2. ...en los que el papel de los asesores...; 4. ... aspectos que ha valorado más positivamente...;

1. ... quien señaló durante la entrega que...; 6. ... premio del que nos sentimos...; 7. ... una persona cuyo trabajo admiro...; 5. ... etapa en la cual todos estudiabais...; 3. ... desconocía el motivo por el que...

4. Elija el nexos causal o final que considere adecuado.

Introducción: ya que - puesto que; **columna de la izquierda:** para - porque - Como; **columna de la derecha:** debido a que - a fin de.

TALLER DE... Banca

1. Lea la siguiente información sobre algunas tarjetas de crédito y complete la tabla.

Tarjeta	1.º año	Cuota tarjeta	Interés	Límite de crédito	Ventajas
American Express Gold Credit	sin cuota	0/50	1,53 %		Responsabilidad nula en caso de robo si se avisa de inmediato o limitada a 25 euros. Se decide cuanto se quiere pagar cada mes.
MBNA VISA	un MP3 gratis	0	1,45 %	flexible 2000-5000	Servicio PuenteCash - transferencia a la cuenta corriente cuando se necesite. 56 días libres sin intereses.
American Express Business	Sin cuota	110	(tarjeta de cargo)	Sin límite de gasto	Sin límite prefijado de gasto.
Barclaycard Azur VISA	sin cuota + una memoria USB gratis	18		6000	El cliente determina cuánto paga. Periodo sin intereses de hasta 59 días.

3. Relacione los diferentes tipos de bancos con el origen de su capital.

1. b); 2. c); 3. a).

4. ¿A qué definición corresponde cada banco?

1. Bancos corrientes; 2. Bancos especializados; 3. Bancos de emisión; 4. Bancos centrales.

Es noticia

1. Lea el siguiente artículo y conteste las preguntas.

1. Mezcla de productos innovadores, gran labor de equipo y buen servicio a los clientes; 2. Una estrecha relación con sus clientes, mantenerse a la altura de sus exigencias y responder a sus necesidades; 3. Adquirir un conocimiento profundo de

las limitaciones y problemas a los que se enfrentan sus clientes y desarrollar soluciones y productos muy innovadores y específicos; **4.** Su negocio no depende de terceros, por lo que controla el proceso de diseño, creación y venta de los productos y gestiona los riesgos de este proceso.

La clave del éxito

2. Navegue por www.bbva.com y complete la tabla.

(algunos datos variarán según el año)

¿Cuáles son sus áreas de negocio?: *BBVA es un grupo financiero global, con un negocio diversificado que ofrece servicios financieros en 30 países a 50 millones de clientes. Líder en el mercado español, es la mayor institución financiera de México y cuenta con franquicias líderes en América del Sur y en la región «Sunbelt» de EE.UU. Además, cuenta con una presencia relevante en Turquía y China y opera en una amplia red de oficinas en todo el mundo;* ¿Cuáles son los cuatro pilares de su posicionamiento corporativo? *1. Un modelo de portfolio diversificado y equilibrado, en término de geografías, negocios y segmentos, con posición de liderazgo en las franquicias en las que están presentes. 2. Un modelo de negocio centrado en el cliente, con unos modelos de distribución líderes en eficiencia y muy apalancados en la innovación y la tecnología. 3. Un modelo de gestión basado en la prudencia, la anticipación y la globalidad. 4. Y por último, un modelo de rentabilidad ajustada a principios, que busca generar el máximo valor para el accionista;* ¿Cuáles son las fundaciones de BBVA dentro de su plan de responsabilidad corporativa?: *Fundación BBVA (España), Fundación BBVA Bancomer (México), Fundación BBVA Provincial (Venezuela), Fundación BBVA Banco Francés (Argentina), Fundación BBVA Banco Continental (Perú), La Fundación BBVA para las Microfinanzas;* ¿Qué principios de la cultura BBVA se mencionan en el texto? *Mezcla de productos innovadores, labor de equipo y buen servicio a los clientes;* ¿En qué países de América del Sur está presente BBVA?: *Colombia, Venezuela, Perú, Brasil, Paraguay, Uruguay, Chile y Argentina;* ¿Qué es la Ruta Quetzal? ¿Puede usted participar?: *Programa creado en 1979 con el objetivo de consolidar entre la juventud de 16 y 17 años los cimientos de la comunidad iberoamericana de naciones entre todos los países de habla hispana, incluidos Brasil y Portugal. Ruta Quetzal BBVA es un programa «iniciático», «ilustrado» y «científico», en el que se mezclan cultura y aventura. Bases para la participación de no españoles: jóvenes de ambos sexos de 16 - 17 años que no hayan formado parte de la anterior expedición, que hablen y escriban correctamente el castellano. Tener excelente expediente académico. Ser un estudiante destacado, con cualidades de líder. Tener excelente forma física y gran fortaleza,*

ya que esta expedición de estudio y aventura se desarrollará, en gran parte, en régimen de acampada y se harán marchas que requieren esfuerzo físico. Tener capacidad de convivencia con jóvenes de diferentes culturas y creencias religiosas. Presentar un trabajo individual, que puede ser histórico, literario, plástico o musical.

Entrevista con Introducción

1. tarjeta de crédito; **2.** comercializar; **3.** comercios; **4.** comisiones; **5.** entidad bancaria; **6.** obstáculo; **7.** aceptar; **8.** pequeñas.

Pregunta 1

1. Crecer en volumen de clientes. **2.** Aumentar su facturación un 30 %. **3.** Probar para ver si es posible ampliar la oferta a pagos de mayor importe.

Pregunta 2

1. F; **2.** F; **3.** V; **4.** F.

Unidad 7. LA BOLSA

Concepto del tema

En España hay 4 Bolsas. Están en Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia.

El índice bursátil Ibex-35 es un índice elaborado por la Sociedad de Bolsas que refleja la evolución de los precios de las 35 principales acciones negociadas en el mercado continuo, consideradas como valores de mayor capitalización y contratación bursátil del mercado español.

El Latibex es un mercado de valores latinoamericanos creado en España en diciembre de 1999 bajo los auspicios de la Bolsa de Madrid.

Vocabulario

1. Defina los siguientes términos y complete las frases.

1. sesión bursátil/volumen de contratación; **2.** ampliación de capital/acciones/mercado de valores; **3.** corros/mercado continuo; **4.** renta fija.

2. Relacione cada definición con la palabra adecuada.

a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	j)	k)
9	3	8	6	1	2	11	4	5	7	10

3. Lea el diálogo siguiente y complételo con las palabras de los ejercicios 1 y 2.

(Ver transcripciones, p. 165)

Recursos

1. Clasifique las siguientes locuciones que aparecen en el diálogo anterior según su función.

Interrumpir: *disculpe; perdón; perdone.*

Mostrar escepticismo: *depende; según; yo no lo veo tan claro.*

Pedir confirmación: *¿me equivoco?; ¿quiere decir que...?; ¿no es cierto?; ¿no es eso?*

Mostrar certeza: *exactamente; no hay duda de (que); desde luego; por supuesto; así es.*

2. ¿Podría clasificar estas otras locuciones en la tabla anterior?

(ver ejercicio anterior)

3. En cada columna hay una expresión que no corresponde. Márquela y diga qué función tiene.

1. *Depende:* muestra escepticismo; **2.** *¿Verdad?:* se usa para confirmar una información previa; **3.** *Me parece que no:* se usa para indicar una duda respecto a lo mencionado por el interlocutor.

4. Lea las frases siguientes y complete el texto.

- (1) dudas sobre una posible inversión.
 (2) estar al tanto de las cotizaciones en Bolsa
 (3) en lugar de contener dinero contiene acciones
 (4) está asociada a una cuenta corriente
 (5) ¿qué debo tener en cuenta?
 (6) no invertir en un mismo producto

Gramática

1. Complete las frases con las preposiciones *a, en* y *de* si es necesario.

a. 1. de; 2. en; 3. de; 4. de; 5. a; 6. Ø; 7. en; **b.** 1. de; 2. a; 3. a; 4. a; 5. a; **c.** 1. de; 2. de; 3. en; 4. de; 5. a; 6. del; 7. en; 8. en; **d.** 1. de; 2. a.

2. Complete las frases con las preposiciones *a, ante, contra, de, en, por, según.*

1. de; 2. ante; 3. en; 4. Según; 5. por; 6. en 7. de; 8. en; 9. contra.

3. Lea el siguiente informe y complete con *por* o *para*.

1. por; 2. por; 3. por; 4. por; 5. Para; 6. para 7. por; 8. Para; 9. para.

4. Complete los siguientes diálogos con la preposición *por* o *para*.

1. para - para; 2. Por - Por; 3. por - para - por ; 4. por; 5. para; 6. para - por 7. por.

TALLER DE... Bolsa

1. ¿Cuál de los siguientes nombres no podría ir con *bursátil*? Sonda.

2. Complete las frases con alguno de los términos que han aparecido en el diagrama anterior.

a) sesión bursátil; **b)** derrumbe bursátil; **c)** mundo bursátil; **d)** ciclos bursátiles; **e)** operación bursátil.

3. Complete la siguiente tabla.

verbo	nombre	adjetivo
invertir	inversión	—
—	fisco	fiscal
contratar	contratación	contratado

reembolsar	reembolso	reembolsable
—	finanzas	financiero
obtener	obtención	obtenido
rentabilizar	rentabilidad	rentable
—	bolsa	bursátil
cotizar	cotización	cotizado

4. Relacione cada noticia con su titular.

- a)** Ventajas fiscales; **b)** Información sencilla y detallada; **c)** Según sus necesidades; **d)** Menos riesgo; **e)** Liquidez inmediata.

Es noticia

Lea el siguiente artículo y conteste las preguntas.

1. Porque a partir de una idea, el desarrollo fue rápido y espectacular. **2.** En el 2013, Gowex cotizaba en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB) y en el Nyse-Alternext. En la actualidad crece y cotiza a nivel internacional. **3.** La idea principal en que Gowex basa su negocio es «Imaginamos un Internet que debía ser accesible para todos, en todas partes, y gratuito para el ciudadano». **4.** Los acuerdos con los Ayuntamientos estipulan que estos pagan la infraestructura de las zonas wifi y Gowex se hace cargo del mantenimiento, pagado con ingresos publicitarios. **5.** Porque fue un trampolín que le dio la notoriedad que necesitaba.

La clave del éxito

3. Navegue por www.gowex.com y complete la tabla.

(Puede cambiar a medida que cambie la página web)

¿Qué modelos de creación de redes inalámbricas ofrece la compañía en las ciudades wifi? *En las ciudades wifi ofrece tres modelos: convenios con ayuntamientos, comercios y franquicias y transporte;* En Wireless Smart Cities (WSC), ¿cuál es la oferta de servicios inteligentes? *La lectura de contadores on-line; la gestión del control semafórico, la monitorización de flotas de transporte o la videovigilancia en tiempo real, entre muchos otros;* ¿Dónde está la sede central de Gowex? *La sede central está en Madrid, España;* ¿Bajo qué tipo de certificación ISO está Gowex? *Gowex ha obtenido la certificación ISO 27001;* ¿En qué valores principales se fomentan las relaciones laborales de la compañía? *El equipo de Gowex está formado por personas de distintos sectores y trabaja en un entorno multidisciplinar. Desde la compañía se fomentan las relaciones laborales desde la confianza, el respeto y la honestidad. Apuestan por el bienestar del trabajador estimulando el desarrollo del trabajo por objetivos y ofreciéndole incentivos que motiven su capacidad de superación personal;* ¿Cuál es el lema que guía la responsabilidad

corporativa de la empresa? *El lema es: «Wifi es un derecho, no un privilegio». ¿Cuál es el objetivo de la Fundación Red Sin Fronteras? redsinfronteras.org a través de sus acciones solidarias pretende conseguir que las telecomunicaciones lleguen a toda la población de manera libre, transparente, generalizada y eficiente, especialmente a aquellos núcleos urbanos desfavorecidos o con pocos recursos.*

Entrevista con

Pregunta 1

a) «La Bolsa de Europa»; b) Pretende analizar la realidad actual del mercado bursátil y las previsiones de futuro.

Pregunta 2

1. F; 2. F; 3. V; 4. F.

Pregunta 4

1. negativa; 2. conclusión; 3. unificación; 4. mercados; 5. económicamente; 6. unidad europea; 7. de tipo político; 8. razón económica; 9. diferencia horaria; 10. costes operativos.

Unidad 8. LOS IMPUESTOS

Vocabulario

1. Defina los siguientes términos y complete las frases.

1. evasión fiscal; 2. investigación, desarrollo e innovación tecnológica; 3. declaración conjunta; 4. obligaciones tributarias; 5. impuestos municipales; 6. deducciones fiscales.

2. Relacione cada definición con la palabra adecuada.

a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	j)
10	5	6	1	8	3	9	2	4	7

3. Lea el diálogo siguiente y complételo con las palabras de los ejercicios 1 y 2.

(Ver transcripciones, p. 166)

5. Complete la siguiente tabla.

sustantivo	verbo	adjetivo
tributo	tributar	tributado
contribuyente contribución	contribuir	contribuido
recaudación	recaudar	recaudado
gravamen	gravar	gravado
deducción	deducir	deducible
inversión	invertir	invertido

Recursos

1. Clasifique las siguientes locuciones que aparecen en el diálogo anterior según su función.

Retomar un tema: *tal como; como ya; recordemos que.*

Exponer un tema: *vamos a ver; veamos.*

Ordenar una argumentación: *vayamos por partes; por un lado/por otro lado; en primer lugar.*

Indicar la circunstancia del interlocutor: *en su caso; en su situación; según sus circunstancias; en su situación concreta.*

Llamar la atención sobre un punto: *no debemos olvidar; un punto que hay que tener en cuenta; no podemos perder de vista; no podemos dejar de lado; debemos considerar.*

2. ¿Podría clasificar estas otras locuciones en la tabla anterior?

(ver ejercicio anterior)

3. Elija la opción correcta.

1. c); 2. b); 3. a).

4. Lea las frases siguientes y complete el texto.

(1) me dijo que no me reducirían nada.

(2) te comenté el año pasado que lo hicieras

(3) me dijo que lo pusiera en mi declaración

(4) me dijo que sí lo era.

(5) te dije que incluyeras todas

Gramática

1. Lea lo que ha dicho el secretario de Estado de Hacienda y reescriba, en estilo indirecto, su discurso con verbos sinónimos de *decir*.

El secretario de Estado de Hacienda *informó que*, por un lado, habría una fuerte disminución de las retenciones que se hacían en las nóminas a cuenta del IRPF. *Añadió que*, por otro lado, el nuevo reglamento del IRPF entraría en vigor el 1 de enero con el fin de aplicarlo ya a las nóminas que los trabajadores cobraran en ese mismo mes.

Señaló que, paralelamente al reglamento anterior, Hacienda preparaba un decreto por el que se desarrollaba la nueva ordenanza de los planes de ahorro para que las rentas disponibles de los contribuyentes se dirigieran hacia el ahorro en lugar del consumo.

Indicó que en los presupuestos del año que viene se contemplaba un fuerte incremento por el pago de intereses de la Deuda Pública. *Aclaró que* ello se debía a que habíamos querido pecar de realistas para evitar que se produjeran desviaciones como había sucedido en años anteriores. *Precisó que* ello no significaba el fracaso del mecanismo que Hacienda había puesto en marcha para que aflorara el dinero negro.

2. Transmita los siguientes mensajes sin usar el verbo *decir*.

1. El presidente de la Comisión Mexicana de Educación de la Cámara de Diputados *advirtió que* nadie debía quedar exento del pago de impuestos, ni las universidades privadas, principalmente las

que carecían de certificados de calidad y funcionaban, más bien, como negocios.

2. El director ejecutivo de la organización Asociación de la Comunidad para las Familias *expuso que* cuando las familias llegaban allí para obtener ayuda en sus impuestos, ellos aprovechaban la oportunidad para ayudarles a establecer una relación bancaria convencional.

3. El presidente de una compañía de transportes colombiana *especificó que* el transporte soportaba 33 impuestos entre los nacionales, los departamentales y los municipales. *En aquellos tiempos había sido* uno de los sectores más perjudicados respecto a las tasas fiscales.

4. Una asesora fiscal *comentó que* el papeleo suponía uno de los monstruos principales de la planeación y preparación para el año. Si usted se organiza bien, le sería más fácil la tramitación a la hora de reunirse con su gestor y eso le ahorraría dinero y tiempo.

3. Ponga en estilo directo los siguientes mensajes. Haga las transformaciones necesarias.

1. El secretario de Estado de Hacienda afirmó: «Es importante prepararse para el futuro, porque la economía española no va a crecer indefinidamente y, por tanto, no nos podemos gastar el dinero alegremente aumentando el gasto».

2. Investigadores alemanes aseguraron: «La confianza del consumidor en Alemania subirá impulsada por una opinión favorable sobre la recuperación de la economía y un deseo de gastar dinero».

3. Un teniente de alcalde del ayuntamiento de Barcelona informó: «La bajada de impuestos del presente año ha sido acogida con agrado por los consumidores».

4. Un extécnico del Real Madrid aseguró a la Federación Inglesa de Fútbol: «Mis obligaciones fiscales han estado, están y estarán siempre en orden».

5. El secretario de Estado de Hacienda subrayó: «Si alguien ha interpretado hoy que va a haber grandes rebajas de impuestos, se ha equivocado».

4. Escriba los verbos entre paréntesis en indicativo o subjuntivo.

1. estuvieran en desacuerdo - intentemos; **2.** sea - esté convencido - diga; **3.** reunimos - nos esforcemos; **4.** sea - creas.

TALLER DE... Impuestos

1. ¿A qué tipo de impuestos corresponden estas definiciones?

a) Impuestos directos; b) Impuestos indirectos.

2. Según la definición anterior, señale si los impuestos siguientes son directos (D) o indirectos (I).

a) D; b) I; c) D; d) D; e) I; f) I.

3. Elija la opción correcta.

1. ingresó; **2.** incremento; **3.** recaudación; **4.** tasa.

4. Escriba, en el lugar correspondiente del siguiente texto, los conceptos que aparecen en el recuadro.

1. ejercicio fiscal; **2.** entrará en vigor; **3.** base imponible; **4.** beneficios fiscales; **5.** beneficios invertidos; **6.** abono; **7.** tipo reducido; **8.** periodo impositivo.

5. Lea la siguiente conversación y ordénela.

1. ¿Qué nos conviene más este año?, ¿la declaración conjunta o separada?

2. Creo que sigue siendo más beneficioso no hacer la declaración conjunta sino individual.

3. Bueno, pues primero la tuya.

4. Empecemos por mis ingresos. Solo tengo los de rendimiento del trabajo, así que es fácil. Luego está el alquiler...

5. Recuerda que podemos deducir el importe del impuesto sobre bienes inmuebles.

6. Eso hay que ponerlo en rendimientos del capital inmobiliario. Y también el 2% del valor catastral del piso.

7. Pues ya lo tenemos todo más o menos claro, ¿no? De todas maneras, vayamos con cuidado para no equivocarnos.

Es noticia

Lea el siguiente artículo y conteste las preguntas.

1. Respuesta libre.

2. Muchos de los países ricos recaudan más del doble por concepto de ingresos tributarios (impuestos y tasas incluidos) que los países en desarrollo.

3. Los impuestos sobre el consumo (principalmente el IVA) se han convertido en la principal fuente de ingresos tributarios para los países en desarrollo y economías en transición.

4. Continuar luchando contra los paraísos fiscales, realizar una profunda revisión de las políticas fiscales nacionales para darles una mayor orientación pro-pobre. No escatimar recursos en una mejora significativa de las capacidades de la administración pública de los países en desarrollo. Que las élites económicas y políticas de los países en desarrollo tengan más voluntad para aceptar y promover políticas de mayor inclusión social.

5. Para que cuenten con recursos propios y no dependan de aquellos que vienen de la cooperación internacional.

La clave del éxito

2. Navegue por www.ciat.org y complete la tabla.

Enumere tres países miembros de habla hispana y sus respectivas instituciones tributarias: (A modo de ejemplo. Pueden ser más países). *Argentina. Administración Federal de Ingresos Públicos. AFIP; España. Agencia Estatal de Administración Tributaria; México. Servicio de Administración Tributaria. SAT.*

¿Cuál es el órgano encargado de desempeñar las funciones técnicas y administrativas del centro?: *La Secretaría Ejecutiva*; ¿Qué cursos presenciales se ofrecen este año?: *Respuesta libre*; ¿Qué tema trata el último número de la revista que publica el CIAT?: *Respuesta libre*; ¿Quién ganó la última edición del concurso de monografías? ¿Cuál fue el título de su trabajo?: *Respuesta libre*; ¿Quién puede optar a una beca de investigación?: *La beca está dirigida a los funcionarios de las Administraciones Tributarias o Aduaneras de los países de América Latina y el Caribe miembros del CIAT.*

Entrevista con

Pregunta 1

1. renta; 2. desgravación; 3. opciones; 4. vivienda propia; 5. suavización; 6. carga.

Pregunta 2

Inversiones, beneficios, tipo de sociedad, tipo de contratos.

Pregunta 3

a) V; b) F; c) V.

Apartado A. REUNIONES EFICACES

Puede ser útil

1. ¿Quién diría estas frases en una reunión? ¿El moderador (M) o los asistentes (A)?

a) M; b) M y/o A; c) M y/o A; d) M y/o A; e) M; f) A; g) M y/o A; h) M; i) M y/o A; j) M y/o A; k) M; l) A; m) M; n) M y/o A; ñ) M y/o A.

2. Complete las siguientes intervenciones de una reunión de trabajo con algunas de las frases anteriores. Hay varias posibilidades.

A: El motivo de esta reunión es; A: Por favor, le ruego que no interrumpa; B: estoy completamente convencido de que; A: Estoy completamente de acuerdo; ¿Algún comentario?; B: Yo me inclinaría por; A: Sí, sí, exactamente.

3. Relacione las frases sinónimas.

1. e); 2. f); 3. d); 4. b); 5. a); 6. c).

Notas de prensa

Lea el siguiente texto sobre las reuniones online y conteste las preguntas.

Ventajas: Las reuniones en línea porque suponían un ahorro de los gastos asociados a los viajes. **Inconvenientes:** La tecnología no está aún perfeccionada. Participar en una reunión electrónica no es lo mismo que hacerlo en persona. No son apropiadas para cualquier tipo de reunión, por ejemplo una reunión para conocerse. La despersonalización a largo plazo de una relación comercial, si los socios no se dan la mano y comen juntos de vez en cuando, es un aspecto que debe considerarse.

Inconvenientes: Las reuniones web son ideales para las comunicaciones entre oficinas. Entre los profesionales de la publicidad, cuya especialidad es la comunicación, las reuniones a través de un monitor son aceptables. Con la formación y en las circunstancias adecuadas, los empleados pueden ser más productivos con las reuniones virtuales que estando semanas enteras de viaje.

Acta de una reunión

1. Aquí tiene las partes de un acta. ¿Puede ordenarlas?

1. Encabezamiento: nombre de la sociedad o de la junta o de la comisión; 2. Fecha, lugar y hora de la reunión; 3. Relación de asistentes; 4. Orden del día; 5. Resumen de cada punto debatido; 6. Fecha en letras, firma del secretario y visto bueno del presidente.

Apartado B. NEGOCIACIONES

4. Toda negociación eficaz tiene un proceso: planificación, negociación cara a cara y análisis posterior. ¿Cuál cree que es la fase más importante? Justifique su respuesta.

La planificación es la parte más importante de la negociación, pues garantiza la preparación del proceso. Una buena preparación previa es el camino más seguro para llegar a una negociación satisfactoria. Lo que se haga o se deje de hacer antes de llegar a la mesa de negociaciones se revelará en cuanto se llegue a ella. Y es, precisamente, la fase de la planificación la apropiada para definir lo que hay que conseguir y cómo conseguirlo.

5. Son 5 pasos. Relacione cada paso con su descripción y ordénelos según se producen.

El intercambio (Se presentan opciones y demandas) El acercamiento (Se identifican las áreas comunes de las partes...) La apertura (Se hacen las presentaciones formales, se expone...) Las expectativas (Se presentan los objetivos por ambas partes. Se hacen las aclaraciones...) El cierre (Se revisan los acuerdos, se definen las fechas...).

Orden: apertura, expectativas, intercambio, acercamiento y cierre.

6. Complete la frase con los siguientes términos.

1. aprenden; 2. expectativas; 3. confianza; 4. entender; 5. problemas.

Puede ser útil

1. Elija el título adecuado para cada grupo de frases.

1. Empezar la negociación; 2. Sugerir; 3. Ofrecer; 4. Obtener información; 5. Mostrar acuerdo; 6. Aclarar posiciones; 7. Mostrar desacuerdo; 8. Finalizar.

2. En la columna de la izquierda tiene usted fra-

ses en registro formal y en la derecha, las mismas frases en registro informal. Relaciónelas como en el ejemplo.

a. 4; b. 1; c. 5; d. 2; e. 6; f. 3.

3. ¿Qué significa cada una de las siguientes expresiones? Relacione las dos columnas.

1. e; 2. b; 3. g; 4. f; 5. c; 6. a; 7. d.

Notas de prensa

Lea el siguiente texto y diga si es (V) verdadero o (F) falso lo que afirma.

	V	F
1. Se puede aprender a negociar con éxito.	X	
2. Los directivos de las pymes son mejores negociadores.		X
3. La preparación de la negociación es fundamental para concluirla con éxito.	X	

Apartado C. PRESENTACIONES

1. Lea las frases y complete el diagrama.

1. Su actitud; 2. Su preparación; 3. Al saludar al auditorio; 4. Al iniciar; 5. Su actuación; 6. Su voz; 7. Sus manos; 8. Su mensaje; 9. Su mirada; 10. Duración de la presentación; 11. Cuando le pregunten.

Puede ser útil

2. ¿Qué expresan las siguientes actitudes corporales?

1. a; 2. c; 3. e; 4. b; 5. d.

3. Elija el título adecuado para cada grupo de frases.

6. **Para ordenar los argumentos:** En primer lugar..., en segundo lugar; Por una parte..., por otra parte; Primero..., a continuación..., finalmente...; 5. **Para hacer una referencia a los soportes audiovisuales:** Tal como pueden ustedes ver..., En este gráfico pueden comprobar..., Si miran este esquema pueden deducir...; 2. **Para añadir nuevos argumentos o ideas:** Al mismo tiempo..., Además..., Completando lo anterior...; 8. **Para introducir nuevos argumentos opuestos:** Sin embargo..., No obstante..., Aún así...; 10. **Para finalizar:** ... y con esto llegamos al final de mi presentación, ... y esto completa mi presentación, Antes de terminar, quisiera agradecer...; 1. **Para referirse a algo:** En lo concerniente a..., En relación con..., No puedo dejar de mencionar...; 9. **Para introducir el tema:** Ante todo..., El objetivo de esta presentación es..., Voy a hablar sobre...; 3. **Para presentar conclusiones:** Para concluir..., En definitiva..., Me gustaría

dejarles con la siguiente idea...; 7. **Para resumir:** Resumiendo..., Brevemente..., En pocas palabras...;

4. **Para aclarar lo dicho:** Es decir..., En otras palabras..., Dicho de otra forma....

Notas de prensa

Lea el siguiente texto y conteste a las preguntas.

1. Entre otros, la empresa les duplica el sueldo, paga el colegio de los hijos y abona el alquiler de la vivienda de unos 200 m² en el país de destino.

2. De la empresa (el director de RR. HH.), ya que no responde la pregunta sobre lo que pasará al regreso y se negocian las condiciones de repatriación cuando el empleado regresa.

3. Para empezar; mi objetivo es; tal como vemos; en efecto; sin embargo; según un estudio; además; en resumen.

Apartado D. DIFERENCIAS CULTURALES

2. De los siguientes aspectos culturales, ¿cuáles cree usted que pertenecen a la Cultura 1 y cuáles a la Cultura 2?

1. 2; 2. 2; 3. 1; 4. 2; 5. 1; 6. 2; 7. 1; 8. 1; 9. 2; 10. 2; 11. 1; 12. 1; 13. 2; 14. 2; 15. 2.

3. ¿Cuáles de los siguientes valores son más importantes en su cultura?

Respuesta libre.

4. 1. En su opinión, ¿en qué zona del gráfico LMR situaría aproximadamente las siguientes culturas?

Respuesta libre.

2. ¿Dónde situaría en el gráfico, más o menos, la cultura de su país?

Respuesta libre.

3. ¿Recuerda la reunión de Trusifres, de la sección A, p. 137? Decida, según la forma de participar en la reunión, la categoría cultural a la que pertenecen los siguientes directores. ¿Qué categoría cultural no está representada en esta reunión?

Categoría cultural del director de *marketing*: multiactiva, del director de producción y de finanzas: línea-activa.

No está representada la categoría reactiva.

Puede ser útil

2. A continuación le presentamos una serie de afirmaciones. Marque con X aquellas que considera propias de su cultura y con ✓ las que piensa que son propias de una cultura latina. Propias de una cultura latina: 1, 3, 6, 7, 8, 11 y 12.

3. Lea las siguientes frases de ese estudio y decida si es verdadero o falso.

1. V; 2. F; 3. V; 4. V; 5. V.

4. ¿Con qué aspecto relaciona cada definición?

La improvisación: 5. La improvisación se ve, por parte de los españoles, como algo positivo que puede flexibilizar una negociación. Frente a una preparación concienzuda, el español prefiere la espontaneidad y la relación personal. **El concepto del tiempo: 2.** Para los españoles es más importante la relación personal que la puntualidad. Llegar un poco tarde es algo comúnmente aceptable, siempre que se pidan excusas. Una persona que ocupa una posición de poder puede ser más impuntual. **La confianza: 1.** Confiar en la otra parte es fundamental para poder llegar a un acuerdo. La relación de confianza se va creando a través del trato personal, por eso se dedica mucho tiempo a «socializar»: hablar de fútbol o de los hijos, salir a comer a un buen restaurante, etc. **La jerarquía: 3.** Aunque en España se usa mucho el «tú» y la forma de vestir es relativamente informal, existe una clara jerarquía en las empresas que limita el poder de decisión de cualquier persona que no está en la posición superior. **El personalismo: 4.** El español se involucra personalmente en todo lo que hace, sin poder diferenciar entre el producto, lo que se hace, y quien lo hace. La expresión «no lo tomes personalmente», no tiene sentido. Todo se toma personalmente y hay que ir con mucho cuidado para no ofender.

Notas de prensa

- Si su empresa le enviara como expatriado a una filial de otro país, ¿qué valores de la cultura de la sociedad global y organizacional consideraría que debe conocer para tener éxito en su integración?**
Respuesta libre.
- De la cultura organizacional y de liderazgo de su país, ¿qué tres valores destacaría a un extranjero que acaba de llegar?**
Respuesta libre.
- Lea el siguiente texto y responda las preguntas.**
 - Los resultados de los diez países latinoamericanos muestran gran homogeneidad cultural y de liderazgo, a pesar de su diversidad. Parecen existir unos valores comunes en los gerentes del mundo latinoamericano, que se podrían caracterizar como una ideología particular.
 - Entre los aspectos que definen esta ideología gerencial internacional, en primer lugar, los gerentes querían que sus países se rigieran por criterios de éxito y resultados y que un desempeño sobresaliente fuera el parámetro de medida social. Segundo, querían que sus sociedades estuvieran más centradas en el futuro, que la gente pospusiera la gratificación inmediata y pensara más en lo que viene después: más ahorro, más planeación. Tercero, querían sociedades más humanitarias, generosas, solidarias y altruistas.

Cuarto, desearían una sociedad menos individualista, con más trabajo en equipo, un fuerte núcleo familiar y más responsabilidad personal sobre el bienestar colectivo.

3. Esta contradicción se debe a la fuerte orientación colectivista de grupo.

4. Respuesta libre.

5. Respuesta libre.

Claves textos complementarios

Texto 1

Solución: 1. consumidor; 2. productos; 3. lineales; 4. supermercados; 5. departamentos; 6. venta; 7. necesidades; 8. referencias; 9. proveedores; 10. procesos; 11. tienda; 12. surtido; 13. servicio.

1. El consumidor final, al que la cadena de supermercados denomina «jefe», se encuentra en el «centro de todas las decisiones»; **2.** Centros de innovación, relación de los clientes en la misma tienda, visita a las casas de los clientes; **3.** Respuesta libre; **4.** Respuesta libre; **5.** Respuesta libre.

Texto 2

Solución: 1. b); 2. c); 3. c); 4. b); 5. c); 6. a); 7. c); 8. b); 9. a); 10. a).

Texto 3

Solución: 1. c); 2. b); 3. d); 4. a); 5. a); 6. b); 7. d); 8. c); 9. a); 10. b); 11. a); 12. b); 13. d); 14. b); 15. b); 16. c); 17. d); 18. c); 19. d); 20. a).

1. Que se adapte a las cualificaciones personales y la posibilidad de promoción y buena remuneración; **2.** En las colectivistas. Los empleados se identifican más con los valores de la empresa y por lo general tienen una gran afinidad con supervisores y colegas. Cuando las cosas van mal dadas, los colectivistas son menos propensos a culpar de sus errores al entorno inmediato, ya que valoran mucho la lealtad; **3.** Los empleados de culturas individualistas, menos jerárquicas; **4.** Respuesta libre; **5.** Respuesta libre.

Texto 5

Solución: 1. c); 2. b); 3. a); 4. a); 5. c); 6. d); 7. d); 8. c); 9. c); 10. a); 11. b); 12. a); 13. b).

Texto 6

Solución: 1. c); 2. a); 3. f); 4. e); 5. b); 6. d).

Texto 7

Solución: 1. c); 2. b); 3. d); 4. c); 5. a); 6. c); 7. a); 8. b); 9. b); 10. b); 11. b).

Texto 8

Solución: 1. b); 2. c); 3. b); 4. a); 5. c); 6. b); 7. d); 8. a); 9. c); 10. b); 11. b); 12. d); 13. b).

Español Lengua Extranjera

Entorno empresarial

Textos complementarios y claves



Contiene:

- Nueve **textos complementarios** con ejercicios de explotación de los textos (material fotocopiable).
- Las **claves** de todos los ejercicios.

4700885



 edelsa