

## UNIDAD 1: La empresa y el empresario

### ACTIVIDADES PROPUESTAS-PÁG. 11

#### 1. Imagina una empresa que se dedica a fabricar bolsos de piel.

— Cita ejemplos de dos actuaciones a través de las cuales la empresa estaría demostrando ser responsable socialmente.

Respetando el entorno en el que la empresa actúa, favoreciendo la contratación de personas con discapacidad, favoreciendo la conciliación de la vida laboral y familiar de sus trabajadores, etc.

— Expón dos ejemplos de efectos negativos que se podrían generar en su actividad.

Contaminación del entorno en el que desarrolla su actividad, mal ambiente de trabajo debido a la explotación de los trabajadores, supresión del servicio de quejas y reclamaciones a los clientes.

— Si la empresa invirtió 20 000 euros durante el año y ha conseguido un beneficio de 5 000 euros, ¿cuál ha sido su rentabilidad?

$\text{Rentabilidad} = (5\ 000/20\ 000) * 100 = 0,25 * 100 = 25\%$

### ACTIVIDADES PROPUESTAS-PÁG. 13

#### 2. Una empresa dedicada a la producción y comercialización de equipos se enfrenta a los siguientes cambios:

— Aparición de nuevos fabricantes de dichos equipos.

Entorno específico, afecta solo a las empresas de este sector.

— Crisis económica.

Entorno general, afecta a las empresas de cualquier sector.

— Mayor poder de negociación de los distribuidores.

Entorno específico, afecta solo a las empresas de este sector.

— Reducción de los tipos de interés.

Entorno general, afecta a las empresas de cualquier sector.

— Consumo creciente de los equipos.

Entorno específico, afecta solo a las empresas de este sector.

— Aumento del precio del petróleo.

Entorno general, afecta a las empresas de cualquier sector.

Según los datos anteriores:

• Señala los cambios que pertenecen a los entornos general y específico, justificando tu respuesta.

(Contestado arriba)

• Comenta cómo debe enfrentarse la empresa a los cambios del entorno.

Debe tenerlos en cuenta, aprovechar aquellos que supongan una oportunidad, y tratar de contrarrestar y actuar ante aquellos que supongan una amenaza.

### ACTIVIDADES PROPUESTAS -PÁG. 14

#### 3. Describe las fuerzas competitivas, según el modelo de Porter, y explica razonadamente cómo afecta cada una de ellas a una empresa que intenta entrar en el sector.

El alumno debe describir las fuerzas estudiadas en la página 14 de su manual. Además, argumentará que si analizamos una empresa que intenta entrar en el sector, le interesa que el mercado sea de competencia perfecta (para que su entrada sea más fácil), que las empresas competidoras no lleven demasiado tiempo en el mercado (para que no hayan desarrollado una sólida experiencia), que exista un elevado número de proveedores (para que el poder de negociación de estos sea menor), que existan muchos clientes y, a ser posible, que no estén bien organizados e informados (y, por tanto, sean más fáciles de convencer).

#### ACTIVIDADES PROPUESTAS-PÁG. 15

##### 4. Explica cuándo una empresa lleva a cabo una estrategia defensiva y expón un ejemplo.

La empresa lleva a cabo una estrategia defensiva cuando el entorno le presenta una amenaza en algo que ella tiene o frente a lo cual presenta fortalezas.

Por ejemplo, una empresa de viajes se encuentra con la amenaza de una nueva compañía que ha ofertado viajes multiaventuras muy económicos, pero como la empresa tiene muchos años de experiencia y muy buenas relaciones con hoteles, albergues, transportistas y parques de actividades de ocio, le hace la competencia ofertando ella también viajes multiaventuras con condiciones similares.

#### ACTIVIDADES PROPUESTAS-PÁG. 16

##### 5. ¿Qué diferencia hay entre una estrategia de diferenciación y una de liderazgo en costes? Cita ejemplos de empresas que sigan una estrategia y otra.

Una empresa lleva a cabo una estrategia de diferenciación cuando busca crear una determinada imagen del producto en el cliente, de forma que este lo identifique como único y esté dispuesto a pagar más; mientras que una estrategia de liderazgo en costes persigue potenciar las ventajas que tiene en su proceso productivo para conseguir ahorrar costes y poder reducir el precio.

Ejemplo de diferenciación de producto: Armani.

Ejemplo de liderazgo en costes: Día.

#### ACTIVIDADES PROPUESTAS-PÁG. 17

##### 6. En relación con las teorías sobre el empresario que hemos estudiado:

– ¿Cuál crees que es la más correcta? ¿Son incompatibles?

No hay ninguna teoría que sea más correcta que otra, puesto que todas ellas son compatibles y pueden darse a la vez, y lo único que hacen es resaltar diferentes atributos que debe presentar el empresario.

– ¿Hay alguna que sea más importante que las demás hoy en día?

Posiblemente en el entorno altamente cambiante y tecnológico en el que nos encontramos sea muy importante la teoría del empresario innovador de Joseph Alois Schumpeter.

#### ACTIVIDADES PROPUESTAS-PÁG. 18

##### 7. Explica la diferencia entre competencia perfecta y competencia imperfecta.

La competencia perfecta se define como aquella situación en la que el mercado cumple los siguientes supuestos: se encuentra atomizado, es transparente, los bienes son homogéneos, los agentes son precio-aceptantes y existe libertad de entrada y de salida; mientras que la competencia imperfecta surge cuando no se cumplen algunos de estos supuestos y se concreta en competencia monopolística, monopolio y oligopolio.

#### ACTIVIDADES ACCESO UNIVERSIDAD-PÁGS. 20-21

##### 1. ¿En qué consiste la responsabilidad social de las empresas?

La responsabilidad social corporativa es el conjunto de actuaciones que la empresa realiza por encima de lo marcado por la ley, y que tratan de favorecer el cuidado del medio, la mejora de la comunidad en la que se instala, así como las condiciones de los trabajadores y clientes. Los principales ámbitos en los que se centra la responsabilidad social son: medio ambiente, trabajadores, clientes y sociedad.

## 2. Define el concepto de «empresario innovador».

Pertenece a la Teoría del empresario innovador de Joseph Alois Schumpeter. El empresario debe detectar y poner en marcha oportunidades aún no explotadas, que le sitúen en un monopolio temporal con beneficios extraordinarios como premio por haber innovado.

## 3. ¿Qué objetivos de tipo social debe tener la empresa?

Junto a los objetivos tradicionales de maximizar beneficios, expandirse y fidelizar a los clientes, las empresas cada vez asumen más objetivos de tipo social entre los que destacan el respeto y cuidado del medio ambiente que les rodea, la conciliación de la vida laboral y familiar de sus trabajadores, el desarrollo económico de la región en la que actúa la empresa, etc.

## 4. Identifica el tipo de estrategia (de liderazgo en costes, de diferenciación o de segmentación) que sigue cada una de las siguientes empresas. Argumenta las respuestas.

- Lidl. Liderazgo en costes que se traduce en reducidos precios.
- Apple. Diferenciación de productos, dado que se perciben como únicos y el cliente está dispuesto a pagar más por ellos.
- Ferrari. Diferenciación de productos, pues se perciben como únicos y el cliente está dispuesto a pagar más por ellos. También podría considerarse una estrategia de segmentación en la que la empresa se centra en un segmento de la población con elevados recursos.
- IKEA. Liderazgo en costes que se traduce en reducidos precios.

## 5. ¿Qué se entiende por «entorno genérico» y por «entorno específico»?

El entorno genérico engloba todos aquellos aspectos que afectan a la actividad de la empresa al margen del sector al que pertenezca esta, es decir, recoge aquellos hechos y circunstancias que afectan a la totalidad de las empresas situadas en un determinado mercado. Por ejemplo, si se produce una subida de los tipos de interés, todas las empresas se verán afectadas al margen de que se dediquen a fabricar coches, ropa o utensilios de cocina.

El entorno específico engloba aquellos acontecimientos o circunstancias que solo afectan a las empresas que pertenecen a un determinado sector. Por ejemplo, si sube el precio del trigo, las empresas dedicadas a elaborar pasta y cereales se verán afectadas, pero no aquellas que se dedican a producir ropa.

## Explica a cuál de los entornos pertenecen cada uno de los siguientes elementos:

- Proveedores.** Entorno específico.
- Tipos de interés.** Entorno general.
- Competencia del sector.** Entorno específico.
- Relaciones con los sindicatos.** Puede ser entorno general o específico dependiendo de si hablamos de un sindicato concreto de un sector. Por ejemplo, si nos referimos al sindicato de los mineros, sería específico, pero si hablamos de sindicatos como Comisiones Obreras o Unión General de Trabajadores, sería entorno genérico.
- Tasa de paro.** Entorno general.

## 6. Clasifica los siguientes factores según pertenezcan al entorno genérico o al específico:

- Tipo de cambio.** Entorno genérico, dado que afecta a las empresas de cualquier sector.
- Relaciones con los sindicatos.** Puede ser entorno general o específico dependiendo de si hablamos de un sindicato concreto de un sector. Se puede aducir el mismo ejemplo que se ha expuesto en la actividad 5.
- Nivel cultural de la población.** Entorno genérico, puesto que afecta a las empresas de cualquier sector.
- Cientes.** Entorno específico, ya que afecta a las empresas de un determinado sector, es una de las fuerzas competitivas de Porter que analiza precisamente el entorno específico.
- Infraestructuras.** Entorno genérico, porque afecta a las empresas de cualquier sector.

### 7. Define los diferentes elementos o componentes de una empresa.

- Grupo humano. Incluye principalmente a los trabajadores, pero también a los proveedores y clientes que se relacionan con la empresa, a los socios que aportan el capital, a los directivos que se encuentran al frente de esta, etc.
- Patrimonio. Se define como el conjunto de bienes y derechos que la empresa posee. Si nos centramos en los bienes, es posible advertir cómo algunos de ellos permanecerán en la empresa largos periodos de tiempo (patrimonio fijo o no corriente), mientras que otros se gastarán en el día a día (patrimonio corriente). Por ejemplo, en el instituto en el que estás, las pizarras son patrimonio fijo, mientras que las tizas o los folios son patrimonio corriente.
- Organización. En las empresas es preciso jerarquizar las tareas, asignarlas a los trabajadores, establecer las responsabilidades de cada uno, etc.
- Entorno. Es todo aquello que rodea a la empresa, pero hemos de diferenciar dos tipos de entorno: el entorno genérico y el entorno específico.

### 8. Enumera y explica con una frase los cuatro elementos de una empresa.

Los elementos o componentes de una empresa son: el grupo humano, el patrimonio, el entorno y la organización.

Frase: La empresa debe organizar todos los recursos de los que dispone (patrimonio y recursos humanos) para tratar de maximizar beneficios actuando siempre condicionada por el entorno.

### 9. Define la empresa como sistema, represéntala gráficamente y explica tres de sus características.

La empresa es como un sistema, es decir, está formada por un conjunto de elementos humanos y técnicos. Este **sistema** es **abierto**, en tanto en cuanto se interrelaciona continuamente con el entorno; **global**, porque cualquier influencia sobre un elemento de este afecta a los demás; y **autorregulado**, porque el propio sistema, la propia empresa, trata de adaptarse y mantener un equilibrio. Además, es un sistema en el que se generan **sinergias**.

### 10. En relación con la definición de la empresa, señala la respuesta correcta:

- a) Es la unidad económica de producción de bienes y servicios.
  - b) Es una organización dedicada al consumo de bienes y servicios.
  - c) Es una organización cuya actividad es la inversión especulativa.
- a) Es la unidad económica de producción de bienes y servicios.

### 11. El entorno próximo o específico de la empresa lo componen:

- a) Competidores, grupos de presión, clientes y proveedores.
  - b) Tecnología, leyes, factores políticos y socioculturales.
  - c) Factores económicos, clientes, competidores y factores ecológicos.
- a) Competidores, grupos de presión, clientes y proveedores.

### 12. Enumera y define las áreas funcionales más características de la empresa.

- **Compra o aprovisionamiento:** ya que las empresas necesitan proveerse de materias primas para iniciar su actividad. Incluso aquellas que no transforman o no producen nada, sino que simplemente comercian, deben proveerse y abastecerse de aquello que van a vender.
- **Producción:** debido a que las empresas productoras transforman las materias primas en productos terminados, añaden valor a dichas materias, las convierten en bienes más útiles para los consumidores.
- **Comercial o distribución:** para que los productos lleguen a nuestras manos es necesario que estén disponibles en los puntos de venta.
- **Recursos humanos:** hoy día los trabajadores son considerados uno de los principales activos de las compañías y es necesario un departamento de recursos humanos que se ocupe de su selección, formación y motivación.

- **Finanzas:** toda organización necesita, en un primer momento, conseguir financiación para poner en marcha los proyectos y, posteriormente, también invertirá las ganancias obtenidas para lograr mayor rentabilidad.
- **I+D+i (investigación, desarrollo e innovación):** las empresas son cada vez más conscientes de la importancia de innovar debido al entorno cambiante, global y con alto grado de desarrollo tecnológico en el que deben actuar.

**13. Explica el proceso de creación de valor en la empresa.**

La cadena de valor de una empresa se define como el conjunto de tareas (eslabones de la cadena) que lleva a cabo esta, desde que accede a las materias primas hasta que presta el servicio posventa. Es decir, forman parte de la cadena de valor tanto las tareas relacionadas con la producción, como las de transporte, venta y atención al consumidor. En todas ellas la empresa añade valor al producto.

**14. Define «responsabilidad social corporativa» (RSC) y expón al menos dos ejemplos de medidas referidas a ámbitos diferentes de la RSE que hayan sido adoptadas por empresas que conozcas.**

La responsabilidad social corporativa es el conjunto de actuaciones que la empresa realiza por encima de lo marcado por la ley y que trata de favorecer el cuidado del medio, la mejora de la comunidad en la que se instala, así como las condiciones de los trabajadores y clientes.

Respuesta libre por parte del alumno.

**15. ¿Qué es el poder negociador de proveedores y clientes? ¿Cómo incide el grado de concentración en este poder negociador? ¿Y el grado de información disponible de proveedores y clientes?**

El poder negociador de clientes y proveedores se define como la capacidad que dichos agentes tienen para imponer sus objetivos en una negociación. En un mercado muy concentrado en el que existen pocas empresas de gran tamaño, el poder negociador de proveedores y clientes disminuye en la medida en que son estas grandes empresas las que imponen su opinión; por el contrario, el hecho de que los clientes y proveedores dispongan de información les permite mejorar su poder de negociación.

**16. Tradicionalmente se ha considerado que existen tres factores de producción principales. Define cada uno de ellos.**

Las empresas necesitan factores productivos, tradicionalmente clasificados en: tierra, trabajo y capital. Si bien, desde Alfred Marshall se incluye un cuarto factor productivo: la organización o iniciativa empresarial.

- **Tierra:** se incluyen todos los recursos naturales que ofrece el planeta, tales como suelos, ríos, animales, minerales, petróleo, agua, etc., y se clasifican en renovables y no renovables.
- **Trabajo:** es toda aquella aportación física o intelectual que realiza el ser humano al proceso productivo con la finalidad de obtener bienes y servicios. El trabajo está especialmente condicionado por las habilidades naturales de los trabajadores, por su experiencia y por su formación.
- **Capital:** incluye tanto las máquinas y herramientas necesarias para producir otros bienes (capital físico), como las fuentes de financiación, tales como préstamos, créditos... (capital financiero). Dentro del capital físico se diferencia el capital no corriente o fijo (aquel que permanece en la empresa durante un largo periodo de tiempo) como, por ejemplo, los ordenadores; y el capital corriente (aquel que permanece en la empresa por un periodo inferior a un año) como, por ejemplo, folios, bolígrafos, etc.

**17. Identifica y describe al menos tres características del empresario en la actualidad.**

En la actualidad, el empresario debe mostrar capacidad para asumir riesgos, ante los continuos cambios del entorno, capacidad de innovación puesto que vivimos en un momento altamente tecnológico y capacidad de liderazgo, para motivar y alentar a los trabajadores.

**18. Explica la relación de intercambio económico que se produce entre empresas y familias o economías domésticas.**

Para ilustrar las relaciones entre dichos agentes, utilizamos el flujo circular de la renta cuyo origen se debe a François Quesnay y en el que se observan dos tipos de mercado:

- **Mercado de bienes y servicios.** En él las empresas entregan los productos a cambio de recibir el precio de estos por parte de las familias. Las empresas, actúan como oferentes y las familias, como demandantes.
- **Mercado de factores productivos.** En este mercado las familias ponen a disposición de las empresas los factores productivos (tierra, trabajo y capital), y a cambio las empresas entregan rentas a las familias como retribución por los factores. Aquí las familias son oferentes y las empresas, demandantes.

**19. Explica, al menos, tres funciones que llevan a cabo las empresas en la economía actual.**

- Generar riqueza mediante la producción de bienes y servicios.
- Crear empleo.
- Coordinar los diferentes factores productivos: tierra, trabajo y capital.
- Asumir riesgos, ya que desde el primer momento conocen y asumen sus costes, mientras que los ingresos y los beneficios son inciertos.

**20. Explica las diferencias entre las teorías del empresario riesgo y el empresario innovador. ¿Cómo justifican ambas teorías el beneficio que obtiene el empresario?**

La Teoría del empresario riesgo pertenece a Frank H. Knight y establece que el empresario es la persona que está dispuesta a asumir unos riesgos para llevar a cabo su negocio, mientras que la Teoría del empresario innovador pertenece a Joseph Alois Schumpeter y establece que el empresario es la persona que innova.

En la primera, los beneficios son el premio que obtiene el empresario por haber asumido un riesgo, mientras que en la segunda los beneficios son el premio que obtiene el empresario por haber innovado.

**21. «Con el 5,4 % del mercado, Yahoo es el segundo buscador del mundo, tras Google». ¿A qué concepto de los estudiados en la función comercial alude la anterior afirmación? Explícalo brevemente e indica su utilidad para el mercado de los buscadores de internet.**

Cuando el enunciado nos indica que el 5,4% del mercado es para Yahoo, se está haciendo alusión al concepto de cuota de mercado, es decir, de cada 100 búsquedas en internet, 5,4 se realizan a través de Yahoo. Esta información es útil para las empresas que se anuncian en internet, que deben saber cuáles son los buscadores más utilizados y tratar de publicitarse en ellos, firmar acuerdos para que las búsquedas de los clientes muestren sus negocios, etc.

**22. Define «cuota de mercado» e indica cómo se calcula.**

La cuota de mercado se define como el porcentaje de las ventas de un sector que lleva a cabo una empresa. Se calcula aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Cuota de mercado} = \frac{\text{Ventas de la empresa}}{\text{Ventas del sector}}$$

Así, una cuota de mercado del 5% significa que de cada 100 unidades que se venden en dicho sector, 5 unidades las está vendiendo la empresa analizada.

**23. Cuando una empresa anuncia en el envase de uno de sus productos que un 1 % de lo que pagas se destinará a una fundación de ayuda a la infancia en África, ¿qué tipo de medida está aplicando esta organización? Cita otro ejemplo real de este tipo de medidas.**

Está haciendo referencia al concepto de responsabilidad social corporativa, en la medida en que está desarrollando una acción que mejora su entorno y está por encima de lo que marca la ley. Dentro de la RSC se ha centrado en el ámbito social.

Por ejemplo, Ausonia dedica parte de sus ingresos a la investigación de la lucha contra el cáncer.

**24. Indica cuáles de los siguientes cambios se refieren al entorno específico de la empresa Iberia. Justifica la respuesta en cada caso.**

- **La entrada en el mercado español de compañías aéreas de bajo coste.**

Es algo que afecta solo a las empresas de este sector y, por tanto, es entorno específico.

- **El endurecimiento de las normas europeas de seguridad aérea.**

Es algo que afecta solo a las empresas de este sector y, por tanto, es entorno específico.

- **Una huelga de controladores aéreos.**

Una huelga de controladores aéreos puede afectar a empresas de diferentes sectores, de manera que al no ser algo específico de un solo sector se consideraría genérico.

- **Una reforma laboral que reduce el coste del despido.**

Es algo que afecta a las empresas de cualquier sector y, por tanto, es entorno genérico.

**25. Explica cuatro factores del entorno general de tu comunidad autónoma indicando el efecto que tienen dichos factores sobre las empresas que allí se instalan.**

Respuesta libre por parte del alumno en función de su comunidad autónoma. Los elementos que debería mencionar serían cualquiera de los englobados dentro de las categorías: políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

**26. Todas las empresas que actúan en el mercado están integradas dentro del sistema económico y forman parte de un entorno que puede ser general o específico. ¿Cómo influye el entorno específico a las empresas? ¿En qué se diferencia del entorno general? Expón dos ejemplos de cada tipo de entorno para una misma empresa con el fin de destacar las diferencias.**

El entorno específico influye solo a las empresas de un sector, mientras que el entorno genérico influye a todas las empresas, al margen del sector al que pertenezcan.

Imaginemos una empresa dedicada a fabricar radiadores. Una subida de impuestos por parte del Estado o una bajada de los tipos de interés son acontecimientos que pertenecen al entorno general, dado que afectan a empresas de diferentes sectores y no solo a las que se dedican a fabricar radiadores; ahora bien, si por normativa se obliga a que los radiadores deban incluir una llave de paso de seguridad, esto afectará a las empresas de radiadores solamente y, por tanto, pertenecería al entorno específico.

**27. Lee el siguiente artículo:**

**Responde a las siguientes preguntas:**

- **Define «responsabilidad social corporativa» e indica al menos tres ámbitos diferentes de actuación, resaltando en qué ha destacado Ford España según el texto del artículo.**

La responsabilidad social corporativa es el conjunto de actuaciones que la empresa realiza por encima de lo marcado por la ley y que trata de favorecer el cuidado del medio, la mejora de la comunidad en la que se instala, así como las condiciones de los trabajadores y clientes.

En este caso, la medida se centra en dos ámbitos: el cuidado de los trabajadores y también la sociedad.

- **Explica a qué se refiere la frase «toda la cadena de valor de la empresa», aplicándola a Ford España.**

En el texto se utiliza la frase «toda la cadena de valor de la empresa» para indicar que Ford incluye a personas con discapacidad en toda la cadena de valor, es decir, las personas con discapacidad son contratadas en cualquiera de las tareas que se desarrollan en la compañía.

## PRENSA DIGITAL-PÁG. 22

**EL BODEGUERO INVENTOR**

**EL MODELO INTERNACIONAL DE INDITEX**



**1. Tras la lectura del primer texto, comenta y explica brevemente las principales características del tipo de estrategias que sigue Fernando Ramírez de Ganuza en su bodega.**

De las estrategias estudiadas (diferenciación de producto, liderazgo en costes y segmentación de mercados), podemos considerar que las bodegas apuestan por dos de ellas. Por un lado, tratando de diferenciar su producto y, por otro, buscando clientes de determinados ingresos, segmentando el mercado. En palabras del propio fundador de la bodega: «Sabemos que hay un público que quiere y puede pagar esos precios. Solo tenemos que encontrarlo».

**2. Comenta qué factores del entorno general han podido influir en los resultados obtenidos por la bodega a la que hace referencia el artículo.**

En cuanto a los factores del entorno general, el texto hace referencia a los económicos, ya que establece que dada la crisis (económica) muchas bodegas han apostado por la exportación. La bodega del artículo nos dice que el 50% de sus ventas se han realizado fuera de España.

**3. Con relación al segundo texto, escoge dos de las teorías que has estudiado sobre el empresario y explícalas aplicándolas al caso de Amancio Ortega, fundador de Zara.**

Se pueden aplicar cualquiera de las teorías estudiadas a la figura de Amancio Ortega. Si bien, se puede resaltar que, en un primer momento, estuvo dispuesto a asumir importantes riesgos, haciendo así alusión a la Teoría del empresario riesgo de Knight; y que, además, siempre está tratando de mejorar e innovar en la fabricación de la ropa y en su distribución, que trata de innovar tanto el producto como el proceso, haciendo así referencia a la Teoría del empresario innovador de Schumpeter.

### TEST DE EVALUACIÓN-PÁG. 23

**1. Según el análisis DAFO, si el entorno nos ofrece una amenaza y nosotros disponemos de fortalezas, llevaremos a cabo una estrategia:**

a) Defensiva.

**2. En relación con los componentes de la empresa, señala la respuesta correcta:**

d) Son el entorno, la organización, el grupo humano y el patrimonio.

**3. Señala cuál de los siguientes elementos no forma parte del entorno general:**

c) Clientes y proveedores.

**4. El grado de rivalidad de un sector aumenta si:**

b) Los clientes son escasos y además están bien organizados e informados.

**5. Una empresa es líder del mercado cuando:**

a) Tiene la mayor cuota de mercado, aunque no tiene por qué disponer del mejor producto.

**6. En el análisis DAFO:**

b) Las oportunidades y las amenazas proceden del entorno.

**7. Si invertimos 300 euros y obtenemos unos beneficios de 250 euros, la rentabilidad será de:**

a) 83,3 %.

**8. Señala cuál de los siguientes supuestos no se cumple en la competencia monopolística:**

c) Son precio-aceptantes.

**9. En relación con las teorías sobre el empresario:**

a) John K. Galbraith habló de la tecnoestructura en el siglo xx.



**10. En el mercado de factores productivos:**

c) Las familias ofrecen los factores productivos a las empresas.

**11. Cuando una empresa se centra en un grupo de clientes a los que puede atender más eficazmente, se dice que lleva a cabo una estrategia:**

b) De segmentación de mercados.

**12. La teoría de la empresa que se centra en los costes de transacción se debe a:**

d) Ronald Coase.