

Curso: **2023/2024** Asignatura: **EMPRESA Y DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO**

1º Comentarios acerca del programa del segundo curso del Bachillerato, en relación con la Prueba de Evaluación de Bachillerato para el Acceso a la Universidad

Con el objetivo de proporcionar una orientación para la prueba de evaluación de Bachillerato para el acceso a la Universidad, la ponencia ha realizado unas orientaciones en relación al programa de la asignatura, respetándose siempre las competencias que tienen atribuidas los departamentos didácticos de los centros. El programa elaborado se enmarca dentro de los contenidos básicos que establece la normativa al respecto (*Orden de 30 de mayo de 2023, BOJA 104 de 2/6/2023*), concretándose en la medida de lo posible los fines y objetivos exigibles en las pruebas.

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
“EMPRESA Y DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO”

BLOQUE A. LA EMPRESA Y SU ENTORNO

Se centra en conocer el origen de un proyecto empresarial: la persona que arriesga y lleva a cabo la actividad, dentro de un contexto de responsabilidad social, de igualdad e inclusión, teniendo en cuenta el entorno, y siendo consciente de las tendencias cambiantes y de la importancia de poner el foco en la innovación como factor clave.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA UNIDAD 1:

Analizar la actividad empresarial y emprendedora, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y reflexionando sobre el valor de la innovación y la digitalización en este proceso, para comprender el papel que desempeñan dentro del funcionamiento global de la economía actual.

Entender la realidad desde una perspectiva económica es fundamental para comprender mejor nuestra sociedad, por eso es importante para el alumnado conocer el papel que las personas emprendedoras y las empresas tienen como elementos transformadores del contexto actual, el cual se caracteriza por su gran dinamismo y por la rápida incorporación de las nuevas tecnologías y sus múltiples aplicaciones. Todo ello está cambiando, no solo la estructura productiva global, sino también la estructura económica y la sociedad en su conjunto, lo cual convierte la innovación en un elemento crucial para cualquier empresa.

Si el alumnado es capaz de comprender lo que ocurre a su alrededor, podrá tomar decisiones que le permitan mejorar tanto su vida como la sociedad en la que se integra.

Descriptores: CCL2, CD2, CD5, CPSAA1.2, CPSAA4, CC1, CE1, CE2

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD 1:

1. Comprender la importancia de la actividad empresarial y el emprendimiento dentro de la economía actual, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y reflexionando sobre el valor, la innovación y la digitalización

2. Analizar el papel de la I+D+I en el desarrollo social y empresarial, identificando nuevas tendencias y tecnologías que tienen un alto impacto en la economía.

SABERES BÁSICOS:

EYDI.2.A.1. El empresario o la empresaria. Teorías sobre la explicación de sus funciones sociales. El emprendedor y la emprendedora. Perfiles.

EYDI.2.A.3. El entorno empresarial. Responsabilidad social corporativa. Mujer y emprendimiento. Inclusión y emprendimiento

EYDI.2.A.4. La empresa, digitalización e innovación. I+D+I. Teorías de la innovación. Tipos de innovación. Tendencias emergentes. Estrategias de innovación.

Unidad 1. El empresariado y el emprendimiento (EYDI.2.A.1. / EYDI.2.A.3. / EYDI.2.A.4.).

1.1. El empresariado y las personas emprendedoras. Perfiles y sus funciones sociales.

1.2. I+D, innovación, digitalización y empresa.

1.3. Teorías de la innovación y tendencias emergentes.

1.4. Tipos y estrategias de innovación para el crecimiento interno y externo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA UNIDAD 2:

Investigar el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial, analizando las interrelaciones empresas entorno e identificando estrategias viables que partan de criterios de responsabilidad social corporativa, la igualdad y la inclusión, para valorar la capacidad de adaptación de las empresas.

El análisis de la realidad, desde una perspectiva económica y social, permite que el alumnado tome conciencia, por un lado, de los efectos del entorno sobre la empresa, y, por otro, de las consecuencias del funcionamiento empresarial sobre la propia sociedad o el ambiente, entre otros aspectos, incidiendo en el caso andaluz.

Las empresas no son organizaciones ajenas a lo que sucede en la sociedad, por ello es imprescindible comprender cómo los elementos, tanto del entorno general como del específico, van a influir en las decisiones que adopten.

Despertar la curiosidad y tener una visión abierta sobre la realidad es el punto de partida para la investigación del entorno socioeconómico. Este conocimiento permitirá al alumnado identificar problemas a resolver y proponer soluciones empresariales que incrementen el bienestar social, considerando que estas soluciones pueden producir agotamiento de recursos, precariedad, desigualdad y otros desajustes. Por ello es fundamental que el alumnado sepa valorar el esfuerzo que realizan aquellas empresas que alinean sus objetivos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), integrando la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que contribuya a disminuir estos desajustes y que sea capaz de generar una propuesta de valor que contribuya a alcanzar una sociedad más equitativa y sostenible, sin dejar por ello de adaptarse con rapidez al entorno y a las necesidades de los consumidores.

Descriptores: CCL2, CCL3, STEM4, CD1, CPSAA2, CPSAA5, CC4, CE1, CCEC2.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD 2:

1. Valorar la capacidad de adaptación ágil, responsable y sostenible de las empresas a los cambios del entorno genérico y a las exigencias del mercado, investigando el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial.
2. Conocer los distintos tipos de empresa, sus elementos y funciones, así como las formas jurídicas que adoptan, relacionando con cada una de ellas las responsabilidades legales de sus propietarios y gestores y las exigencias de capital.
3. Identificar y analizar las características del entorno competitivo o específico en el que la empresa desarrolla su actividad, analizando su cadena de valor y sus ventajas competitivas, explicando, a partir de ellas, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad.

SABERES BÁSICOS:

EYDI.2.A.2. La empresa: concepto, elementos, objetivos y funciones. Clasificación. Localización y dimensión de la empresa. Estrategias de crecimiento. PYMES y multinacionales: características, estrategias, ventajas e inconvenientes. Marco jurídico que regula la actividad empresarial: el Código de Comercio y leyes sobre sociedades de capital. El Estatuto de los Trabajadores.

EYDI.2.A.3. El entorno empresarial. Responsabilidad social corporativa. Mujer y emprendimiento. Inclusión y emprendimiento

Unidad 2. La empresa (EYDI.2.A.2. / EYDI.2.A.3.).

- 2.1. La empresa: concepto, elementos, objetivos y funciones.
- 2.2. Tipos de empresa. Características de sus formas jurídicas: sociedades de capital, de economía social y empresario individual.
- 2.3. El entorno empresarial.
- 2.4. Localización y dimensión empresarial. PYMES y multinacionales: características, estrategias, ventajas e inconvenientes.
- 2.5. Análisis general del marco jurídico que regula la actividad empresarial.
- 2.6. La responsabilidad social corporativa.
- 2.7. Estrategia de emprendimiento ante la igualdad y la inclusión.

BLOQUE B. EL MODELO DE NEGOCIO Y DE GESTIÓN.

Se orienta al análisis de las diferentes áreas funcionales de la empresa, enmarcadas bajo el concepto de modelo de negocio, que comprenden los ejes fundamentales que sustentan cualquier empresa (desde posturas más tradicionales a otras más innovadoras). Incluye el estudio de patrones de modelos de negocio y se dirige a ofrecer al alumnado ejemplos vigentes que pueden servir como fuente inspiradora para otras propuestas que generen valor y se adapten a nuevos contextos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL BLOQUE

Reconocer y comprender las características y actividades de las áreas funcionales y de las estructuras organizativas de los modelos de negocio actuales, comparándolos con otros modelos tradicionales y aplicando estrategias y herramientas que faciliten el diseño creativo para proponer

modelos de negocio que aporten valor, permitan satisfacer necesidades y contribuir al bienestar económico y social.

En la actualidad las empresas, desde las más tradicionales hasta las más tecnológicas, conviven en entornos dinámicos. Estos se caracterizan por la rapidez con la que suceden los cambios y la complejidad de los problemas a afrontar, lo que genera una enorme incertidumbre sobre el futuro, y provoca un gran impacto en las decisiones estratégicas de las empresas y en las actividades de todas sus áreas funcionales.

Los nuevos modelos de negocio, como por ejemplo, *long tail*, *freemium*, multiplataforma y app, permiten que las empresas se enfrenten a estos entornos y actúen con agilidad. El alumnado debe conocer estos modelos y ser capaz de proponer y diseñar otros nuevos con creatividad y espíritu innovador.

Para generar modelos de negocio, se propone el uso de la herramienta del lienzo CANVAS, con la que el alumnado elaborará su propuesta de valor, pero también las actividades, los recursos y las asociaciones clave, así como los canales y las relaciones con clientes, la estructura de costes y las fuentes de ingresos. Junto a esta herramienta pueden trabajarse otras complementarias como, por ejemplo, el mapa de empatía de clientes y el pensamiento visual, entre otras.

Las empresas en la actualidad plantean como objetivos la generación de valor, renta y riqueza y, a la vez, la innovación y el afán de mejora continua y de adaptación al entorno; pero también satisfacer las necesidades e incrementar el bienestar social. Es necesario que el alumnado entienda que esta dualidad es complementaria desde el punto de vista empresarial.

Descriptores: CCL2, CCL3, STEM2, STEM4, CPSAA4, CC3, CE1, CE2, CE3.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL BLOQUE:

1. Proponer un modelo de negocio o de gestión diferenciado que permita dar respuesta a las necesidades de los usuarios, generar valor y contribuir al bienestar económico y social actual, comparando distintos modelos y utilizando estrategias y herramientas de diseño creativo.
2. Analizar las características organizativas y funcionales de la empresa, analizando, a partir de ellas, las decisiones de planificación, organización, gestión, control y optimización de actividades de todas sus áreas funcionales, recursos, y asociaciones clave de un modelo de negocio innovador.
3. Analizar y tomar decisiones sobre los procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia y la productividad, definiendo el soporte necesario para hacer realidad el modelo de negocio, comprendiendo la relación entre los ingresos y los costes, el proceso de obtención del beneficio y del umbral de rentabilidad de la empresa y las decisiones de producción o compra.
4. Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, la propuesta de valor, canales, relaciones con clientes y otras variables del marketing mix, así como las fuentes de ingresos de un modelo de negocio innovador.

SABERES BÁSICOS:

EYDI.2.B.1. Empresa y modelo de negocio. Planificación estratégica. Dirección y liderazgo. Estructuras organizativas. Comunicación: modalidades y recursos digitales. Cultura de empresa. Resolución de conflictos.

EYDI.2.B.2. La función comercial. Investigación de mercados. Segmento de clientes. La propuesta de valor. Producto, precios, canales y promoción. Relaciones con clientes. Fuentes de ingresos. Estrategias de marketing. La digitalización de la función comercial.

EYDI.2.B.3. La función productiva. Proceso productivo. Eficiencia: técnica y económica. Productividades media y global. Cadena de valor y actividades clave. Recursos clave. Asociaciones clave. Estructura de costes: clasificación, cálculo y representación de costes, beneficios y decisiones de producir o comprar. La calidad. Modelos de gestión y métodos de valoración de inventario. PMP y FIFO. Economías de escala.

EYDI.2.B.4. La gestión de los recursos humanos: reclutamiento, selección y evaluación. La motivación, formación y funcionamiento de equipos ágiles. Las habilidades que demanda el mercado de trabajo. La contratación y las relaciones laborales de la empresa. Las políticas de igualdad y de inclusión en las empresas. Elementos básicos de las nóminas.

EYDI.2.D.2. La evaluación previa de modelos de negocio: análisis DAFO, análisis previsional de ingresos y costes, cálculo, representación e interpretación del umbral de rentabilidad. Producir o comprar. Subcontratación de servicios por la empresa.

EYDI.2.D.3. La validación del modelo de negocio. Lean Startup. Desarrollo de clientes. Desarrollo de producto ágil.

EYDI.2.D.4. La protección de la idea, del producto y de la marca. Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Oficina Europea de Patentes (OEP), European Union Intellectual Property Office (EUIPO) y Organización Mundial de la Propiedad (OMPI).

Unidad 3. Organización de la empresa y modelo de negocio (S.B. EYDI.2.B.1.).

- 3.1. Empresa y modelo de negocio.
- 3.2. Planificación estratégica.
- 3.3. Estructuras organizativas
- 3.4. Dirección y liderazgo. Cultura de empresa.
- 3.5. Comunicación: modalidades y recursos digitales.
- 3.6. Resolución de conflictos.

Unidad 4. La función productiva (S.B. EYDI.2.B.3. / EYDI.2.D.2).

- 4.1. Proceso productivo, eficiencia (técnica y económica) y productividad. Economías de escala.
- 4.2. Cadena de valor y actividades clave. Recursos clave. Asociaciones clave.
- 4.3. Estructura de costes. Clasificación, cálculo y representación de los costes en la empresa.
- 4.4. Beneficios, umbral de rentabilidad y decisiones de producir o comprar. Análisis previsional de ingresos y costes
- 4.5. La calidad.
- 4.6. Modelos de gestión y métodos de valoración de inventario. PMP y FIFO.

Unidad 5. La función comercial de la empresa (S.B. EYDI.2.B.2.).

- 5.1. Técnicas de investigación de mercados.
- 5.2. Análisis del consumidor y segmentación de mercados.
- 5.3. Variables del marketing-mix y elaboración de estrategias de marketing.
- 5.4. La propuesta de valor. Fuentes de ingresos.
- 5.5. La digitalización de la función comercial.

Unidad 6. La gestión de los recursos humanos (S.B. EYDI.2.B.4.).

- 6.1. Reclutamiento, selección y evaluación.
- 6.2. La motivación, formación y funcionamiento de equipos ágiles.
- 6.3. Las habilidades que demanda el mercado de trabajo.
- 6.4. La contratación y las relaciones laborales de la empresa.
- 6.5. Las políticas de igualdad y de inclusión en las empresas.
- 6.6. Elementos básicos de las nóminas.

Unidad 7. Evaluación y validación de un modelo de negocio (S.B. EYDI.2.D.2. / EYDI.2.D.3. / EYDI.2.D.4).

- 7.1. Análisis DAFO.
- 7.2. Subcontratación de servicios por la empresa.
- 7.3. La validación del modelo de negocio: *Lean Startup*. Desarrollo de clientes. Desarrollo de producto ágil.
- 7.4. La protección de la idea, del producto y de la marca (Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM); Oficina Europea de Patentes (OEP); European Union Intellectual Property Office (EUIPO) y Organización Mundial de la Propiedad (OMPI).

**BLOQUE C. HERRAMIENTAS PARA INNOVAR EN MODELOS DE NEGOCIO
Y DE GESTIÓN.**

Presenta al alumnado aquellos recursos y herramientas que ofrecen mayores posibilidades creativas y de innovación y que pueden ser aplicados en las diferentes fases del proceso.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL BLOQUE

Valorar y seleccionar estrategias comunicativas de aplicación al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas y obteniendo la información que se genera tanto en el ámbito interno como externo de la empresa, para gestionar eficazmente la información necesaria en el proceso de toma de decisiones y su correcta transmisión.

La obtención de información en cualquier proceso de decisión y la comunicación eficaz son esenciales para lograr objetivos en cualquier ámbito. De manera concreta, se observa en el ámbito empresarial, donde el flujo de información es utilizado tanto por la empresa como por el resto de los agentes que se relacionan con la misma. Todo esto se lleva a cabo a través del uso de estrategias comunicativas, aplicables al mundo empresarial y muy ligadas a las nuevas tecnologías. Relacionado con lo anterior, el alumnado debe conocer estrategias de comunicación eficaces y ágiles en la gestión e intercambio de información entre la empresa y los agentes de su entorno, así

como saber aplicar diferentes herramientas comunicativas, como la narración de historias o *storytelling* y el discurso en el ascensor o *elevator speech* o *elevator pitch*. En este proceso es esencial que el alumnado desarrolle una actitud cooperativa y respetuosa en su manera de comunicarse, aprenda a argumentar, a escuchar y a transmitir de forma eficaz lo que pretende dar a conocer.

Por último, la globalización económica propia del siglo XXI implica que las empresas estén cada día más internacionalizadas y se comuniquen, por tanto, con mayor frecuencia utilizando otras lenguas. Para ello es fundamental que el alumnado aprenda y ejercite el uso de distintas lenguas para comunicarse con corrección y autonomía en diferentes situaciones.

Descriptores: CCL1, CCL3, CP1, CP2, CD3, CPSAA4, CE2.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL BLOQUE:

1. Gestionar eficazmente la información y facilitar el proceso de toma de decisiones a partir de la información obtenida tanto en el ámbito interno como externo de la empresa, aplicando estrategias y nuevas fórmulas comunicativas.
2. Seleccionar estrategias de comunicación aplicadas al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas comunicativas que faciliten la gestión eficaz de la información y la transmisión de la misma a otros.
3. Exponer el proyecto de modelo de negocio llevado a cabo, utilizando las herramientas necesarias que permitan despertar el interés y cautivar a los demás con la propuesta de valor presentada.

SABERES BÁSICOS:

EYDI.2.C.1. El lienzo de modelo de negocio y de gestión: concepto, áreas, bloques, utilidad y patrones de modelos de negocio.

EYDI.2.C.2. El punto de vista de los clientes: mapa de empatía. Análisis de las necesidades. Neuromarketing. Nuevas tendencias en la promoción de productos. La competencia y nichos de mercado. Estrategias de segmentación. Posicionamiento en el mercado.

EYDI.2.C.3. La creatividad aplicada al diseño de modelo de negocio y de gestión. El proceso de creatividad: divergencia y convergencia. Dinámicas de generación de nuevas ideas de modelos de negocio.

EYDI.2.C.4. Las herramientas de organización de ideas: Pensamiento Visual o *Visual Thinking*. Capacidad de síntesis. Ideación. Comunicación: modalidades y recursos digitales. Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

EYDI.2.C.5. El prototipado: concepto y utilidad. Posibilidades de prototipado: bienes, servicios y aplicaciones. Análisis de resultados.

EYDI.2.C.6. Las herramientas de presentación de un proyecto o de una idea. Metodología: narración de historias o *storytelling* y el discurso en el ascensor o *elevator speech* o *elevator pitch*. Otras metodologías.

EYDI.2.C.7. Los escenarios: exploración de ideas, escenarios futuros y nuevos modelos de negocio. Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

EYDI.2.D.5. La toma de decisiones. Estrategias. Simulación en hoja de cálculo. Redacción de un plan de negocios básico.

Unidad 8. Innovación en modelos de negocio y de gestión (S.B. EYDI.2.C.1. / EYDI.2.C.2. / EYDI.2.C.3 / S.B. EYDI.2.C.4. / EYDI.2.C.5. / EYDI.2.C.6 / EYDI.2.C.7. / EYDI.2.D.5).

- 8.1. El lienzo de modelo de negocio y de gestión: concepto, áreas, bloques, utilidad y patrones de modelos de negocio.
- 8.2. El punto de vista de los clientes
 - 8.2.1. Mapa de empatía.
 - 8.2.2. Análisis de las necesidades. Neuromarketing.
 - 8.2.3. Nuevas tendencias en la promoción de productos.
 - 8.2.4. La competencia y nichos de mercado. Estrategias de segmentación. Posicionamiento en el mercado.
- 8.3. Creatividad y modelo de negocio.
 - 8.3.1. La creatividad aplicada al diseño de modelo de negocio y de gestión.
 - 8.3.2. El proceso de creatividad: divergencia y convergencia.
 - 8.3.3. Dinámicas de generación de nuevas ideas de modelos de negocio.
- 8.4. Las herramientas de organización de ideas
 - 8.4.1. Pensamiento Visual o *Visual Thinking*.
 - 8.4.2. Capacidad de síntesis. Ideación.
 - 8.4.3. Comunicación: modalidades y recursos digitales.
 - 8.4.4. Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.
- 8.5. El prototipado
 - 8.5.1. Concepto y utilidad.
 - 8.5.2. Posibilidades de prototipado: bienes, servicios y aplicaciones.
 - 8.5.3. Análisis de resultados.
- 8.6. Las herramientas de presentación de un proyecto o de una idea (narración de historias, el discurso en el ascensor y otras metodologías).
- 8.7. Los escenarios
 - 8.7.1. La exploración de ideas.
 - 8.7.2. Los escenarios futuros y nuevos modelos de negocio.
 - 8.7.3. Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.
- 8.8. La toma de decisiones. Redacción de un plan de negocios básico. Estrategias. Simulación en hoja de cálculo.

BLOQUE D. ESTRATEGIA EMPRESARIAL Y MÉTODOS DE ANÁLISIS DE LA REALIDAD EMPRESARIAL: ESTUDIO DE CASOS Y SIMULACIÓN.

Se vincula a aquellos saberes que permiten aplicar herramientas de análisis empresarial para determinar la viabilidad del proyecto; incluye, asimismo, el análisis de las cuentas anuales, con la finalidad de redactar un plan de empresa básico dentro de un contexto determinado.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Realizar el análisis previsional del modelo de negocio diseñado, aplicando las herramientas de análisis empresarial necesarias para comprender todo el proceso llevado a cabo y validar la propuesta del modelo de negocio.

Descriptores: CD2, CD3, CPSAA1.1, CPSAA5, CE1, CE2, CE3

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Validar la propuesta de modelo de negocio diseñado dentro de un contexto andaluz determinado, definiéndolo a partir de las tendencias clave del momento, la situación macroeconómica, el mercado y la competencia, comprendiendo todo el proceso llevado a cabo y aplicando técnicas de estudio previsional y herramientas de análisis empresarial.
2. Determinar previsionalmente la estructura de ingresos y costes, calculando su beneficio y umbral de rentabilidad, a partir del modelo de negocio planteado.
3. Elaborar un plan de negocio básico sobre un escenario simulado concreto, justificando las decisiones tomadas mediante la aplicación de criterios estáticos y dinámicos de selección de inversiones y otros argumentos fundamentados con criterios económicos.
4. Analizar y explicar la situación económico-financiera, a partir de la información recogida tanto en el balance como en la cuenta de pérdidas y ganancias, describiendo las relaciones entre sus masas patrimoniales mediante el fondo de maniobra y ratios, evaluando sus rentabilidades económica y financiera e indicando las posibles soluciones a los desequilibrios encontrados.

SABERES BÁSICOS:

EYDI.2.B.5. La función financiera. Estructura económica y financiera. Inversión: definición y tipos. Valoración y selección de inversiones: plazo de recuperación, VAN y TIR. Recursos financieros. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa. Instrumentos de financiación a corto y a largo plazo. Autofinanciación.

EYDI.2.B.6. La información en la empresa: obligaciones contables. Composición y valoración del patrimonio. Cuentas anuales e imagen fiel. Elaboración e interpretación de balance y cuenta de pérdidas y ganancias. El Plan General Contable. Cálculo de los beneficios empresariales. EBITDA.

EYDI.2.D.1. El entorno del modelo de negocio. Previsión: tendencias clave. Macroeconomía: variables macroeconómicas. Competencia: fuerzas competitivas de Porter y ventajas competitivas. Modelos de mercado.

EYDI.2.D.6. El análisis de resultados: estudio de mercado, análisis e interpretación de la información contable y análisis de estados financieros: fondo de maniobra y ratios. Situaciones y equilibrios patrimoniales. Rentabilidades económica y financiera. Periodos medios de maduración.

Unidad 9. La función financiera (S.B. EYDI.2.B.5).

- 9.1. Estructura económica y financiera de la empresa.
- 9.2. Concepto y tipos de inversión.
- 9.3. Valoración y selección de proyectos de inversión: plazo de recuperación, VAN y TIR.
- 9.4. Recursos financieros de la empresa. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa. Instrumentos de financiación a corto y a largo plazo. Autofinanciación.

Unidad 10. La información en la empresa (S.B. EYDI.2.B.6).

- 10.1. Obligaciones contables de la empresa.
- 10.2. La composición y valoración del patrimonio.
- 10.3. Las cuentas anuales e imagen fiel. El Plan General Contable.
- 10.4. Elaboración e interpretación del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
- 10.5. Cálculo de los beneficios empresariales. EBITDA.

Unidad 11. El análisis de resultados y el entorno del modelo de negocio (S.B. EYDI.2.D.1. / EYDI.2.D.6).

- 11.1. Análisis e interpretación de la información contable y análisis de estados financieros: fondo de maniobra y ratios.
- 11.2. Situaciones y equilibrios patrimoniales.
- 11.3. Rentabilidades económica y financiera.
- 11.4. Periodos medios de maduración.
- 11.5. Entorno del modelo de negocio.
 - 11.5.1. Previsión: tendencias clave.
 - 11.5.2. Macroeconomía: variables macroeconómicas.
 - 11.5.3. Competencia: fuerzas competitivas de Porter y ventajas competitivas.
 - 11.5.4. Modelos de mercado.

2º Estructura de la prueba para el curso 2023-2024 que se planteará para la asignatura.

- 1. Se presenta un examen similar al presentado el pasado año, siguiendo la Orden de 30 de mayo de 2023 y la orden que regula la Prueba de Acceso a la Universidad.
- 2. Según la Orden que determina las características, el diseño y el contenido de la evaluación de Bachillerato para el acceso a la universidad en el curso 2023-2024, se tendrán en cuenta a la hora de evaluar la prueba:
 - a) Preferentemente, las pruebas se contextualizarán en entornos próximos a la vida del alumnado: situaciones personales, familiares, escolares y sociales, además de entornos científicos y humanísticos.
 - b) Cada una de las pruebas contendrá preguntas abiertas y semiabiertas que requerirán del alumnado capacidad de pensamiento crítico, reflexión y madurez. Además de estos tipos de preguntas, se podrán utilizar también preguntas de opción múltiple, siempre que en cada una de las pruebas la puntuación asignada al total de preguntas abiertas y semiabiertas alcance como mínimo el 50 por ciento.
- 3. La estructura del examen es la siguiente:
 - a) 4 preguntas teóricas a elegir 2 de forma libre para desarrollar la respuesta.
 - b) 4 problemas a elegir 2 de forma libre para construir la respuesta.
 - c) 16 preguntas de opción múltiple, con una respuesta correcta inequívoca, a elegir 8 de forma libre; el alumnado ha de elegir una opción de entre las tres propuestas.
 - d) 4 preguntas semiabiertas a elegir 2 de forma libre, que el alumnado responderá mediante una palabra o una cifra.

DIRECTRICES Y ORIENTACIONES GENERALES PARA LAS PRUEBAS DE ACCESO Y ADMISIÓN A LA UNIVERSIDAD

3º Instrucciones sobre el desarrollo de la prueba.

3.1 De carácter general.

El tiempo máximo para realizar el examen es de hora y media.

Las respuestas a las preguntas de opción múltiple y preguntas semiabiertas se realizarán en hojas similares a donde se contestan las otras preguntas y se resuelven los problemas. En ningún caso se contestarán en el enunciado del examen. En las preguntas de opción múltiple, se indicará simplemente el número de la pregunta (1, 2, 3,... 8) y la letra de la respuesta que considere correcta (a, b o c). En las preguntas semiabiertas se indicará el número y la respuesta correspondiente.

3.2 Materiales permitidos en la prueba.

Se permitirá el uso de calculadoras que no sean programables, gráficas ni con capacidad para almacenar o transmitir datos.

4º Criterios específicos y generales de corrección, concretados en cada bloque:

Respecto de los criterios específicos de evaluación se han recogido en cada unidad o bloque según el caso. Las normas de valoración generales se pueden resumir de la siguiente forma:

- Para las cuestiones teóricas: en la calificación de las preguntas abiertas se tendrá en cuenta que el contenido de la respuesta sea correcto y completo, la claridad de la exposición y la coherencia en la identificación y/o explicación de la cuestión planteada. Las preguntas semiabiertas y de opción múltiple tienen una respuesta correcta inequívoca.
- Para los problemas se valorará la identificación correcta del problema, su ejecución técnica, desarrollo y la interpretación de los resultados. También se tendrá en cuenta la presentación clara y ordenada del ejercicio y la concreción.

5º Información adicional:

Estas orientaciones están disponibles en el punto de acceso electrónico del Distrito Único Universitario de Andalucía:

<http://www.juntadeandalucia.es/economiainnovacioncienciayempleo/sguit/>

Las cuentas contables y que se van a utilizar en las pruebas **de cara a la elaboración de un Balance**, son las que recoge el MODELO ABREVIADO DEL PGC (BOE nº278 de 20 de noviembre de 2007 páginas 71 y 72) y que se relacionan en el ANEXO.

6º Modelo de prueba

PREGUNTAS TEÓRICAS

1. ¿Qué es un organigrama? ¿A qué se refiere el concepto de *staff*?
2. La segmentación del mercado: Concepto y criterios.
3. El entorno empresarial: entorno general y entorno específico.
4. La pirámide de necesidades de Maslow.

PROBLEMAS

1. Una empresa de alimentación proyecta aumentar su línea de margarinas con un nuevo producto, con omega tres, para consumidores con problemas de colesterol. Tras un análisis de los precios existentes en el mercado para este tipo de productos, estima que el precio adecuado de venta al público es de 4 €. Los costes fijos totales requeridos por el nuevo producto ascenderán a 5200 € y los costes variables por tarrina de margarina a 0,75 €. La producción anual se estima en 3000 unidades. **SE PIDE:**
- Calcule el punto muerto y razone su significado.
 - Representéelo gráficamente.
 - Calcule el resultado suponiendo que la empresa vendiera toda su producción de tarrinas de margarina.

2. La empresa "GADES S.A." desea acometer un nuevo proyecto empresarial con una inversión inicial de 500.000 euros que le reportará unos ingresos anuales, durante cada uno de los próximos 5 años, de 240.000 euros y unos costes anuales previstos, derivados del proyecto, durante los próximos 5 años de:

Año	1	2	3	4	5
Costes anuales (€)	250 000	150 000	100 000	50 000	5000

Al final del 5º año las inversiones realizadas se venderán por 20 000 euros. En tales circunstancias, se desea saber:

- ¿Cuál es el VAN del proyecto con un coste del capital del 5%?
 - ¿Conviene realizar la inversión? ¿Por qué?
3. Los elementos patrimoniales de un S.A. valorados en euros son: Edificios (8000), vehículos (3500), existencias (2500), derechos de cobro (1500), bancos (2000), caja (1000), capital social (8500), reservas (1500), proveedores (3500), préstamos a largo plazo (3500), préstamos a corto plazo (1500). ¿A cuánto asciende el patrimonio neto? ¿Cuál es el valor del fondo de maniobra?
4. Palier, S.A., es una empresa que se dedica a la fabricación de componentes para bicicletas y ciclomotores. Cuenta con una inversión o activo total neto de 5000 millones de euros. Los beneficios obtenidos en el último ejercicio han sido de 900 millones de euros, antes de intereses e impuestos. El impuesto sobre beneficios es del 25 %. Se desea saber:
- La rentabilidad económica de la empresa.
 - La rentabilidad financiera, en el caso de que sólo se financie con capital propio.
 - La rentabilidad financiera suponiendo que se financia con un 60 % de capital propio y un 40 % con deuda o capital ajeno. Esta deuda tiene un coste o interés medio del 14 % anual.

PREGUNTAS OPCIÓN MÚLTIPLE

1. La selección interna del personal:
 - a) Es una importante fuente de motivación.
 - b) Posibilita el rejuvenecimiento de las plantillas.
 - c) Permite introducir mejores técnicas de trabajo.
2. Introducción, crecimiento, madurez y declive, hacen referencia a:
 - a) La segmentación de mercados.
 - b) El ciclo de vida de los productos.
 - c) La logística de la empresa
3. A la relación entre las ventas de una empresa y el total de ventas de las empresas del sector, se le llama:
 - a) Rentabilidad.
 - b) Productividad.
 - c) Cuota de mercado.
4. A la empresa se la define como:
 - a) La unidad económica de inversión.
 - b) La unidad económica de consumo.
 - c) La unidad económica de producción.
5. El coste que supone el seguro del coche para un taxista es:
 - a) Un coste variable
 - b) El coste total.
 - c) Un coste fijo.
6. La representación gráfica y visual de las emociones, motivaciones, comportamientos y características del cliente de una empresa se denomina:
 - a) Arquetipo del cliente.
 - b) Mapa de empatía.
 - c) *Lean Canvas*.
7. El modelo de negocio en el que una empresa ofrece un producto o servicio gratuito pero que sus ingresos los obtiene proporcionando una versión completa o avanzada, se denomina:
 - a) Multiplataforma.
 - b) *Freemium*.
 - c) Afiliación.
8. Cuando el activo corriente es menor que el pasivo corriente se dice que:
 - a) El fondo de maniobra es negativo.
 - b) El fondo de maniobra es positivo.
 - c) Se produce una situación de estabilidad financiera.
9. Si el activo de una sociedad es igual al neto:
 - a) La empresa se encuentra en una situación grave de inestabilidad.
 - b) Estamos ante la máxima estabilidad financiera.
 - c) El empresario ha invertido todo el dinero en el negocio.
10. La investigación de mercados tiene como objeto:
 - a) Proporcionar Información sobre el Mercado y el entorno.
 - b) Distribuir los bienes que fabrican las empresas.
 - c) Informar a los consumidores.

11. Los títulos representativos del capital social de una Sociedad Limitada se denominan:
 - a) Acciones.
 - b) Participaciones.
 - c) Obligaciones.
12. Los 6 sombreros de pensar es una técnica...
 - a) ... para generar ideas.
 - b) ... para evaluar ideas.
 - c) ... para organizar ideas.
13. La relación entre el resultado obtenido por la empresa y su capital, se denomina:
 - a) Productividad.
 - b) Rentabilidad.
 - c) Eficiencia.
14. El enfoque contable considera el patrimonio como:
 - a) La hacienda que una persona ha heredado de sus ascendientes.
 - b) Bienes y derechos que el sujeto posee en propiedad.
 - c) El conjunto de bienes, derechos y obligaciones pertenecientes a la empresa.
15. La fusión se produce cuando:
 - a) Una empresa compra o adquiere a otra integrándola en su estructura, perdiendo la empresa vendida su personalidad jurídica y permaneciendo la personalidad de la que compra.
 - b) Tres empresas utilizan la misma flota de transporte en la venta de sus productos al exterior.
 - c) Dos empresas se unen perdiendo sus personalidades jurídicas y aparece otra mayor con personalidad jurídica diferente.
16. El arquetipo del cliente **no** incluiría:
 - a) Género y nivel educativo.
 - b) El estilo de vida y las aficiones.
 - c) El color de ojos y de pelo.

PREGUNTAS SEMIABIERTAS

1. Un mercado caracterizado por pocos oferentes y muchos demandantes se denomina _____
2. En el organigrama _____, las unidades de mayor jerarquía se sitúan en la parte más elevada del mismo.
3. De las distintas funciones administrativas, el diseñar una estructura en la que se definan las tareas a realizar por cada persona integrante de la empresa al mismo tiempo que se define su responsabilidad y autoridad es la finalidad de la función de _____
4. El capital de una sociedad de responsabilidad limitada está dividido en _____

7º Criterios de corrección del modelo de prueba

El examen consta de cuatro partes (en cada una de sus opciones) que tendrán los siguientes criterios de corrección y calificaciones máximas:

- a) **2 preguntas teóricas**, con un total de hasta **3 puntos**, hasta **1,5** por cada pregunta. Para calificar esta cuestión se tendrá en cuenta que el contenido de la respuesta sea correcto y completo, la claridad de la exposición, la concreción y la adecuada presentación. El alumnado deberá contestar exclusivamente a lo que se le pregunta, y sólo cuando así se exija debe sostener sus respuestas con ejemplos.
- b) **2 problemas**, con un total de hasta **4 puntos**. Cada uno tendrá una puntuación de hasta **2 puntos**. Para calificar estos problemas se tendrá en cuenta que el planteamiento sea correcto, que la resolución no contenga errores de cálculo, que esté debidamente desarrollada (para que puedan detectarse los errores), que la presentación sea clara y limpia y que aparezcan expresamente y con exactitud los resultados que se pidan y las unidades en las que se miden.
- c) **8 preguntas de opción múltiple** de tres respuestas alternativas y sólo una correcta, con un total de hasta **2,4 puntos**. Cada respuesta correcta se calificará con **0,3 puntos**; cada respuesta incorrecta restará **0,1 puntos**; y el hecho de no responder no puntuará. En ningún caso este apartado tendrá una calificación negativa (el mínimo será de cero puntos). Se contestará en el mismo pliego donde se contestan las otras preguntas teóricas y se resuelven los problemas, indicando el número de pregunta y la letra de la respuesta que se considere correcta.
- d) **2 preguntas semiabiertas** con un total de hasta 0,6 puntos. Cada una tendrá una puntuación de **0,3 puntos**. Para calificar estas cuestiones se tendrá en cuenta que estas preguntas tienen una única respuesta inequívoca, ya sea un número o una palabra que complete una frase o dé respuesta a una cuestión.

DIRECTRICES Y ORIENTACIONES GENERALES PARA LAS PRUEBAS DE ACCESO Y ADMISIÓN A LA UNIVERSIDAD

ANEXO

ACTIVO	PATRIMONIO NETO Y PASIVO
<p>A) ACTIVO NO CORRIENTE</p> <p>I. Inmovilizado intangible</p> <p>203 Propiedad industrial</p> <p>206 Aplicaciones informáticas</p> <p>280 (Amortización ac. del inmovilizado intangible)</p> <p>II. Inmovilizado material</p> <p>210 Terrenos y bienes naturales</p> <p>211 Construcciones</p> <p>212 Instalaciones técnicas</p> <p>213 Maquinaria</p> <p>214 Utillaje</p> <p>215 Otras instalaciones</p> <p>216 Mobiliario</p> <p>217 Equipos para procesos de información</p> <p>218 Elementos de transporte</p> <p>219 Otro inmovilizado material</p> <p>281 (Amortización ac. del inmovilizado material)</p> <p>V. Inversiones financieras a largo plazo</p> <p>250 Inv financ a l/p en instrumentos de patrimonio</p> <p>252 Créditos a largo plazo</p> <p>253 Créditos a l/p por enajenación de inmovilizado</p> <p>258 Imposiciones a largo plazo</p> <p>B) ACTIVO CORRIENTE</p> <p>II. Existencias</p> <p>300 Mercaderías</p> <p>310 Materias primas</p> <p>321 Combustibles</p> <p>322 Repuestos</p> <p>328 Material de oficina</p> <p>350 Productos terminados</p> <p>III. Deudores comerciales y otras ctas a cobrar</p> <p>430 Clientes</p> <p>431 Clientes, efectos comerciales a cobrar</p> <p>440 Deudores</p> <p>441 Deudores, efectos comerciales a cobrar</p> <p>V. Inversiones financieras a corto plazo</p> <p>540 Inv financ a c/p en instrumentos de patrimonio</p> <p>542 Créditos a corto plazo</p> <p>543 Créditos a c/p por enajenación de inmovilizado</p> <p>548 Imposiciones a corto plazo</p> <p>VII. Efectivo</p> <p>570 Caja, euros</p> <p>572 Bancos e instituciones de crédito c/c vista, euros</p>	<p>A) PATRIMONIO NETO</p> <p>100 Capital social</p> <p>102 Capital</p> <p>112 Reserva legal</p> <p>113 Reservas voluntarias</p> <p>1141 Reservas estatutarias</p> <p>129 Resultado del ejercicio</p> <p>B) PASIVO NO CORRIENTE</p> <p>170 Deudas a largo plazo con entidades de crédito</p> <p>171 Deudas a largo plazo</p> <p>173 Proveedores de inmovilizado a largo plazo</p> <p>175 Efectos a pagar a largo plazo</p> <p>C) PASIVO CORRIENTE</p> <p>520 Deudas a corto plazo con entidades de crédito</p> <p>521 Deudas a corto plazo</p> <p>523 Proveedores de inmovilizado a corto plazo</p> <p>525 Efectos a pagar a corto plazo</p> <p>400 Proveedores</p> <p>401 Proveedores, efectos comerciales a pagar</p> <p>410 Acreedores por prestaciones de servicios</p> <p>411 Acreedores, efectos comerciales a pagar</p>
TOTAL ACTIVO (A+B)	TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)