

Curso: 2024/2025

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 con el 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 saberes 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 ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y EL EMPRENDIMIENTO.

Los saberes básicos incluidos en este bloque se centran 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, y siendo consciente de las tendencias cambiantes y de la importancia de poner el foco en la innovación como factor clave.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

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:

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. Mujer y emprendimiento. Inclusión y emprendimiento. La responsabilidad social corporativa.
- 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.
- 1.5. La responsabilidad social corporativa.
- 1.6. Estrategia de emprendimiento ante la igualdad y la inclusión.

BLOQUE B. EL ENTORNO ECONÓMICO Y SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL.

Los saberes básicos incluidos en este bloque se centran en conocer el origen de un proyecto empresarial: las empresas y sus elementos clave, los distintos tipos de empresas, su entorno característico, estrategias de crecimiento y marco jurídico relevante.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

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:

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.

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 esenciales y específicas de cada forma jurídica: 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. Estrategias de crecimiento.
- 2.6. Análisis general del marco jurídico que regula la actividad empresarial.

BLOQUE C. EL MODELO DE NEGOCIO Y DE GESTIÓN.

Los saberes básicos incluidos en este bloque pretenden orientar al alumnado en el análisis de algunas de las áreas funcionales de la empresa: comercial, productiva, recursos humanos, 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.

Además, se incluyen saberes enmarcados como «Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación», vinculándolo a aquellos saberes que permiten aplicar herramientas de análisis empresarial para determinar la viabilidad del proyecto.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

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 de modelos de negocio que aporten valor, permitan satisfacer necesidades y contribuyan 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.

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:

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 D. HERRAMIENTAS PARA INNOVAR EN MODELOS DE NEGOCIO Y DE GESTIÓN.

Este bloque 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 del diseño de modelo de negocio y de gestión.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

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:

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 / 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 E. ESTRATEGIA EMPRESARIAL Y MÉTODOS DE ANÁLISIS DE LA REALIDAD EMPRESARIAL: ESTUDIO DE CASOS Y SIMULACIÓN.

Los saberes básicos incluidos en este bloque pretenden orientar al alumnado en el análisis de algunas de las áreas funcionales vinculadas con la actividad, la financiera y la de información, 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. Además, se incluyen saberes enmarcados como «Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación», vinculándolo 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.

Descriptor: 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 2024-2025 que se planteará para la asignatura.

Bloque A. La actividad emprendedora y el emprendimiento. Responde a 1 pregunta teórica de las 2 propuestas.

Bloque B. El entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial. Responde a 1 pregunta teórica de las 2 propuestas.

Bloque C. El modelo de negocio y de gestión. Contiene dos apartados: el primero con tres preguntas de teoría a elegir dos y el segundo con un problema a responder.

Bloque D. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión. Responde a 1 de las 2 cuestiones.

Bloque E. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación. Contiene dos apartados, uno con dos preguntas de teoría a elegir una y el segundo con un problema.

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.

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:

Los criterios específicos de evaluación son especificados en cada bloque temático. Por su parte, las normas generales de corrección son las siguientes:

- Se descontará hasta un 10% en cada pregunta si no se responde con corrección ortográfica y gramatical, claridad y coherencia en la exposición, identificación y/o explicación de la cuestión planteada, tanto en problemas como en teoría. El número de incorrecciones admitidas por cuestión completa es de 2, y a partir de ello se descuenta un 10% a la puntuación de la pregunta.

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

- Para las cuestiones teóricas se tendrá en cuenta el desarrollo competencial del alumnado y su capacidad crítica y de razonamiento, además de que el contenido de la respuesta sea correcto y completo.
- Para los problemas se valorará la identificación correcta del problema, su ejecución técnica, su 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:

https://www.juntadeandalucia.es/economiaconocimientoempresasyuniversidad/sguit/?q=grados&d=g_b_examenes_anteriores.php

Las cuentas contables y que se van a utilizar en las pruebas **de cara al análisis de la situación económica-financiera de una empresa** 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



PRUEBA DE EVALUACIÓN DE BACHILLERATO PARA EL
ACCESO A LA UNIVERSIDAD Y PRUEBAS DE ADMISIÓN
ANDALUCÍA, CEUTA, MELILLA y CENTROS en MARRUECOS
CURSO 2024-2025

EMPRESA Y DISEÑO DE
MODELOS DE
NEGOCIOS

Instrucciones:

- a) Duración: 1 hora y 30 minutos.
- b) El examen consta de 5 bloques que se corresponden con cada una de las competencias específicas. En cada uno de ellos debe elegir entre alternativas que se plantean, pero en los problemas no hay optatividad. Solo se corregirán las respuestas correspondientes y máximas por orden de presentación.
- c) Todas las cuestiones deben responderse en el papel entregado para la realización del examen y nunca en los folios que contienen los enunciados.
- d) La puntuación máxima de cada uno de los bloques es: Bloques A, B y D hasta 1 punto cada uno de los bloques; bloque C hasta 4 puntos y bloque E hasta 3 puntos.

Bloque A. La actividad emprendedora y el emprendimiento. Responde a 1 pregunta de las 2 propuestas. La puntuación máxima de este apartado será de 1 punto.

A.1.- Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza de la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación, realiza el siguiente anuncio sobre los Centros Andaluces de Emprendimiento (CADE) en su Web: "En Andalucía Emprende ponemos a tu disposición más de 245 Centros Andaluces de Emprendimiento y 16 puntos de información, donde encontrarás el apoyo permanente de un cualificado equipo técnico de especialistas en creación y desarrollo de empresas y una amplia carta de servicios para impulsar tu idea o consolidar tu negocio". Ante dicho anuncio María y Juan, os preguntan ¿qué es el emprendimiento y por qué es crucial para la economía el fomento del emprendimiento?

A.2.- Nestlé ha desarrollado un sistema de inteligencia artificial que puede predecir las tendencias de sabor y preferencia de los consumidores en tiempo real, permitiendo a la empresa ajustar su producción y ofertas de productos rápidamente. Justifica por qué la medida adoptada por Nestlé es una innovación y clasifica, justificándolo, el tipo de innovación que supone según la magnitud de su impacto y el área de mejora.

Bloque B. El entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial. Responde a 1 pregunta de las 2 teóricas siguientes. La puntuación máxima de este apartado será de 1 punto.

B.1.- Un grupo de emprendedores está planeando abrir en Málaga un nuevo centro de coworking en el corazón de la ciudad para apoyar a startups locales. Han evaluado diferentes opciones para estructurar su negocio y gestionar la cooperación entre las personas socias fundadoras. Estos están interesados en establecer un modelo donde cada miembro tenga voz y un voto en las decisiones importantes que afecten al centro de coworking. Prefieren una estructura que fomente la colaboración entre personas emprendedoras locales que utilicen el centro y prioricen la generación de beneficios económicos para reinvertir en la mejora constante de las instalaciones y servicios ofrecidos a las participantes. Identifica y justifica la forma jurídica a que se refiere la situación anteriormente descrita, considerando las condiciones y objetivos preferidos por las personas fundadoras, e indique los condicionantes que ello implica en términos de capital a aportar inicialmente y de la responsabilidad a asumir por los socios.

B2.- La deslocalización empresarial suele generar una visión negativa por parte de la ciudadanía por las implicaciones en términos inmediatos sobre el empleo y la actividad productiva local, que exigen una readaptación a la nueva situación. Sin embargo, hay economistas que defienden que todo proceso de deslocalización, aunque suponga un esfuerzo, tiene una justificación positiva que lo hace necesario. Explique brevemente un hecho que exija la deslocalización entre territorios de una misma nación y otro en el que sea esencial una deslocalización a nivel internacional.

Bloque C. El modelo de negocio y de gestión. Contiene dos apartados, el primero con tres preguntas de teoría a elegir dos (1 punto cada una) y el segundo con un problema a responder (hasta 2 puntos). En total suman una puntuación máxima de 4 puntos.

Apartado C.1. Elegir dos cuestiones:

C.1.1.- Una empresa de ropa deportiva quiere lanzar una nueva línea de productos para jóvenes. ¿Cómo podrían segmentar el mercado para este nuevo lanzamiento? Explique, al menos, dos segmentaciones concretas en que diferencie estrategias de respuesta a clientes: una según el criterio psicográfico y la segunda según criterio demográfico.

C.1.2.- Una amenaza, en el análisis DAFO de una empresa, representa un hecho POSIBLE, no certero, de carácter externo a la empresa, que puede afectar negativamente a la empresa analizada, para lo cual es necesario que la empresa diseñe una estrategia de actuación para hacerle frente rápidamente en caso de que suceda.

Para una empresa con 10 años de experiencia en su sector, indique de forma razonada cuáles de los siguientes hechos pueden representar una amenaza:

- Existe una elevada competencia en el sector frente a que ante el incremento de beneficios que se viene produciendo se pueda producir un fuerte incremento de la competencia.
- La empresa presenta la ratio de solvencia no adecuada para la obtención de financiación necesaria, frente a que las ruedas de prensa del Banco Central Europeo anuncian la posibilidad de que de continuar así la evolución de precios se endurezcan ciertas condiciones y el precio del endeudamiento.

C.1.3.- En España, la Ley 16/2021, de 14 de diciembre, establece medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, y protege la cadena de valor en el sector agroalimentario prohibiendo que se pueda pagar por debajo de costes conforme se va subiendo niveles en dicha cadena desde el sector agrícola, ganadero, pesquero... hasta la venta final de los alimentos. Señale qué tipo de conflicto tradicional en la cadena de valor trata de solucionar esta Ley y la forma que se utiliza para ello. Señale posibles límites a su aplicación.

Apartado C.2: Una empresa dedicada a fabricación de pelotas de golf empleó en el año 2021 un total de 27 trabajadores, cada uno de los cuales trabajó 1.850 horas, siendo el coste unitario de la hora trabajada de 10 euros. Como materia prima se emplearon en la fabricación de las pelotas 10.000 kg de caucho y 1.000 kg de plástico, siendo la producción de bolas de golf de 200.000 unidades físicas, cuyo precio de venta unitario fue de 4 euros. El coste del kg de caucho fue de 4 euros y el del plástico de 0,25 euros. En cambio, durante el año 2022, el número de empleados aumentó en 5 personas, trabajando cada una de ellas el mismo número de horas que en el año anterior, con un coste unitario de la hora trabajada de 11,50 euros. Las cantidades empleadas de caucho y de plástico no variaron, pero el volumen de producción obtenido ascendió a 205.000 bolas del golf, siendo estas vendidas a un precio de 5 euros la unidad. Los costes del caucho y del plástico aumentaron un 10 % respecto al año anterior.

- a) Calcule la productividad parcial de la mano de obra de ambos años y evalúe el resultado.
- b) Calcule productividad global de los años 2021 y 2022 y comente el resultado.

Bloque D. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión. Responde a 1 pregunta de las 2 propuestas. La puntuación máxima de este apartado será de 1 punto.

D.1. La elaboración de un mapa de empatía en una empresa de ropa juvenil e infantil se centra en tratar de dar respuesta a preguntas como ¿qué escucha?, ¿qué habla y hace?, ¿cuáles son sus esfuerzos? Indique de forma clara a qué colectivo debe dirigir estas cuestiones y señale las preguntas adicionales recomendadas en este mapa.

D.2. La empresa malagueña OWO Game ha desarrollado un sistema que permite sentir en tiempo real sensaciones físicas (tecnología háptica) mientras se video-juega, a través del sentido del tacto (tecnología desarrollada por la empresa). Diseña para la empresa parte del lienzo de modelo de negocio o modelo canvas que se corresponde con tres puntos en concreto, marcando sugerencias adicionales innovadoras: 1. El punto de partida o segmento de clientes; 3. Canales y 8. Alianzas clave.

Bloque E. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación. Contiene dos apartados, uno con dos preguntas de teoría a elegir una (hasta 1 punto) y un segundo apartado con un problema (hasta 2 puntos). En total suman una puntuación máxima de 3 puntos.

Apartado E.1. Elegir solo una cuestión:

E.1.1. Una Sociedad Limitada andaluza dedicada a la fabricación de helados artesanales necesita financiación en un momento en el que el Banco Central Europeo mantiene tipos de interés de intervención en el 2.5%. Responda a las siguientes cuestiones:

- a) Qué opción resulta más óptima para los socios de la empresa: atraer a nuevos socios ampliando el capital social de la empresa; o bien solicitar préstamos al sector financiero. Indique para ambos casos con qué tipo de financiación se corresponde, externa o interna y si es a corto o a largo plazo
- b) La empresa tiene una lista de facturas de clientes pendientes de cobrar en el extranjero pendientes de cobrar y desea externalizarlo de forma segura. Indique qué instrumento financiero utilizar, de qué tipo es y su principal ventaja e inconveniente.

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

- c) La empresa va a recibir una transferencia de capital de la Agencia Trade que cubre el 35% de la inversión en bienes de equipo para la modernización de la empresa, y a ella le corresponde cubrir la inversión restante. La empresa necesita solicitar dos tipos de préstamos, uno a corto plazo para garantizar su liquidez diaria y otro a largo plazo para cubrir ese 65% en la modernización de su planta industrial. Explique la principal característica de la primera de ellas y en que submasa patrimonial se encontrará la segunda.

E.1.2. Un joven empresario andaluz que tiene una Sociedad Limitada que fabrica brochas para pintar ha acudido a un consultor contable especializado para que le aclare unas dudas sobre el Fondo de Maniobra: a) ¿qué es y cómo se calcula?; b) ¿qué implicaciones tendría en función de sus posibles resultados? y c) explique si existe alguna situación en la cual su responsabilidad limitada pueda convertirse en ilimitada.

Apartado E.2. Una empresa fabricante de productos de cuero presenta la siguiente información patrimonial en € al cierre del ejercicio: Bancos e instituciones de crédito, c/c vista, euros (20.000 €); Maquinaria (40.000 €); Materias primas (5.000 €); Deudas c/p con entidades de crédito (13.000 €); Reserva legal (2.000 €); Proveedores (10.000 €); Resultado del ejercicio (50.000 €); Amortización Acumulada Inmovilizado Material (11.000 €); Productos terminados (10.000 €); Proveedores de inmovilizado a l/p (15.000 €); Construcciones (200.000 €); Capital social (?); Clientes (35.000 €) y Efectos a pagar a largo plazo (17.000 €). Se pide:

- Ordene las cuentas anteriores según el modelo de Balance del PGC, señalando a qué masa y submasa patrimonial pertenecen e indicando las sumas correspondientes para cada una, después de calcular el valor del capital social.
- Calcule el fondo de maniobra por las dos vías de cálculo para comprobar su validez e interprete su resultado.

7º Modelo de prueba con rúbricas



PRUEBA DE EVALUACIÓN DE BACHILLERATO PARA EL
ACCESO A LA UNIVERSIDAD Y PRUEBAS DE ADMISIÓN
ANDALUCÍA, CEUTA, MELILLA y CENTROS en MARRUECOS
CURSO 2024-2025

EMPRESA Y DISEÑO DE
MODELOS DE
NEGOCIOS

Instrucciones:

- e) Duración: 1 hora y 30 minutos.
- f) El examen consta de 5 bloques que se corresponden con cada una de las competencias específicas. En cada uno de ellos debe elegir entre alternativas que se plantean, pero en los problemas no hay optatividad. Solo se corregirán las respuestas correspondientes y máximas por orden de presentación.
- g) Todas las cuestiones deben responderse en el papel entregado para la realización del examen y nunca en los folios que contienen los enunciados.
- h) La puntuación máxima de cada uno de los bloques es: Bloques A, B y D hasta 1 punto cada uno de los bloques; bloque C hasta 4 puntos y bloque E hasta 3 puntos.

Bloque A. La actividad emprendedora y el emprendimiento. Responde a 1 pregunta de las 2 propuestas. La puntuación máxima de este apartado será de 1 punto.

A.1.- Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza de la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación, realiza el siguiente anuncio sobre los Centros Andaluces de Emprendimiento (CADE) en su Web: "En Andalucía Emprende ponemos a tu disposición más de 245 Centros Andaluces de Emprendimiento y 16 puntos de información, donde encontrarás el apoyo permanente de un cualificado equipo técnico de especialistas en creación y desarrollo de empresas y una amplia carta de servicios para impulsar tu idea o consolidar tu negocio". Ante dicho anuncio María y Juan, os preguntan ¿qué es el emprendimiento y por qué es crucial para la economía el fomento del emprendimiento?

Rúbrica: 1 punto, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, distribuidos de la siguiente manera:

0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta y hasta 0,5 puntos si responde con claridad a la cuestión:

El emprendimiento consiste en identificar una oportunidad para implantar en el mercado, que surge de una nueva idea o de copiar una idea existente, ya sea mejorada o empeorada, porque en el mercado suele haber espacio tanto para lo mejor como para lo peor, como todas las calidades intermedias de producto o prestación de servicios.

0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta y hasta 0,5 puntos si responde con claridad a la cuestión:

Se fomenta a nivel territorial el emprendimiento porque implica dinamismo y cambio, impulsa la innovación (hacer las cosas de forma diferente), genera impulsos en el empleo y crea renta y riqueza para la economía del mismo.

A.2.- Nestlé ha desarrollado un sistema de inteligencia artificial que puede predecir las tendencias de sabor y preferencia de los consumidores en tiempo real, permitiendo a la empresa ajustar su producción y ofertas de

productos rápidamente. Justifica por qué la medida adoptada por Nestlé es una innovación y clasifica, justificándolo, el tipo de innovación que supone según la magnitud de su impacto y el área de mejora.

Rúbrica: 1 punto, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, distribuidos de la siguiente manera:

0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta y hasta 0,4 puntos si responde con claridad a la cuestión:

Se trata de una innovación porque implica cambios en el procedimiento de elaboración de los productos finales.

0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta y hasta 0,6 puntos si responde con claridad a la cuestión en los dos tipos de innovaciones, proceso y producto:

La innovación es en el proceso, pero también innovación de producto, porque el análisis realizado facilita la adaptación de la producción de sabores a la preferencia de los consumidores y lo hace en tiempo real. Ello permite producir de forma más ajustada a las personas y en cada momento.

Bloque B. El entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial. Responde a 1 pregunta de las 2 teóricas siguientes. La puntuación máxima de este apartado será de 1 punto.

B.1.- Un grupo de emprendedores está planeando abrir en Málaga un nuevo centro de coworking en el corazón de la ciudad para apoyar a startups locales. Han evaluado diferentes opciones para estructurar su negocio y gestionar la cooperación entre las personas socias fundadoras. Estos están interesados en establecer un modelo donde cada miembro tenga voz y un voto en las decisiones importantes que afecten al centro de coworking. Prefieren una estructura que fomente la colaboración entre personas emprendedoras locales que utilicen el centro y prioricen la generación de beneficios económicos para reinvertir en la mejora constante de las instalaciones y servicios ofrecidos a las participantes. Identifica y justifica la forma jurídica a que se refiere la situación anteriormente descrita, considerando las condiciones y objetivos preferidos por las personas fundadoras, e indique los condicionantes que ello implica en términos de capital a aportar inicialmente y de la responsabilidad a asumir por los socios.

Rúbrica: Tiene un valor de 1 punto, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, a distribuir de la siguiente forma:

Identificación y justificación de la fórmula jurídica (0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta y 0,4 puntos si responde con claridad a la cuestión):

Se trata de una cooperativa de servicios porque se defiende que todos los miembros tengan voz y que los socios tengan un voto igualitario.

Condicionantes en términos de capital a aportar inicialmente (0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta y 0,3 puntos si responde con claridad a la cuestión):

La aportación de capital es la que se decida en los propios estatutos de la cooperativa, no habiendo condicionantes específicos para ello.

(Dado que en los estatutos cabe poner cualquier opción, no se admite que pongan una alternativa como exclusiva, porque no lo es).

Condicionantes en términos de responsabilidad a asumir por los socios (0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta y 0,3 puntos si responde con claridad a la cuestión):

La responsabilidad de los socios puede ser limitada o ilimitada según decidan los propios socios en sus estatutos cooperativos.

(Dado que en los estatutos cabe poner cualquiera de estas opciones, no se admite que pongan una alternativa como exclusiva, porque no lo es). Si se puede poner que la ley parte de una responsabilidad limitada y que se ha inscrito en el registro de cooperativas para que ello sea posible, o bien que como regla general establecida por la ley es limitada, porque en ambos caso o estableciéndolo de forma similar sería correcta.

B2.- La deslocalización empresarial suele generar una visión negativa por parte de la ciudadanía por las implicaciones en términos inmediatos sobre el empleo y la actividad productiva local, que exigen una readaptación a la nueva situación. Sin embargo, hay economistas que defienden que todo proceso de deslocalización, aunque suponga un esfuerzo, tiene una justificación positiva que lo hace necesario. Explique brevemente un hecho que exija la deslocalización entre territorios de una misma nación y otro en el que sea esencial una deslocalización a nivel internacional.

Rúbrica: Tiene un valor de 1 punto, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, a distribuir de la siguiente manera:

Deslocalización a nivel nacional (0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta y hasta 0,5 puntos si responde con claridad a la cuestión):

El establecimiento de una normativa medioambiental que exija que determinadas actividades productivas no puedan localizarse en ámbitos urbanos de más de 30.000 habitantes ni en concentraciones industriales con más de 50 empresas (tenga en cuenta que el caso puede ser variado, por lo que es necesario valorar si el ejemplo es de deslocalización dentro de una misma nación y claramente implica un razón justificada y positiva).

Deslocalización a nivel internacional (0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta y hasta 0,5 puntos si responde con claridad a la cuestión):

Una empresa comprueba que la fabricación nacional de sus productos presenta un diferencial de costes muy elevado con respecto a empresas competidoras, tanto nacionales como internacionales, que han derivado parte de su proceso productivo hacia países en desarrollo con un diferencial de tipo de cambio tan amplio que abarata la producción, lo que les permite seguir compitiendo y no cerrar (tenga en cuenta que el caso puede ser variado, por lo que es necesario valorar si el ejemplo es de deslocalización fuera de una nación y claramente implica un razón justificada y positiva).

Bloque C. El modelo de negocio y de gestión. Contiene dos apartados, el primero con tres preguntas de teoría a elegir dos (1 punto cada una) y el segundo con un problema con un problema a responder (hasta 2 puntos) y una pregunta teórica. En total suman una puntuación máxima de 4 puntos.

Apartado C.1. Elegir dos cuestiones:

C.1.1.- Una empresa de ropa deportiva quiere lanzar una nueva línea de productos para jóvenes. ¿Cómo podrían segmentar el mercado para este nuevo lanzamiento? Explique, al menos, dos segmentaciones concretas en que diferencie estrategias de respuesta a clientes: una según el criterio psicográfico y la segunda según criterio demográfico.

Rúbrica: Tiene un valor de 1 punto, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, a distribuir de la siguiente manera:

Criterio psicográfico (0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta y hasta 0,5 puntos si responde con claridad a la cuestión):

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

Una estrategia consistente en incluir en las prendas deportivas mensajes que resalten valores específicos diversos, tanto por la parte interior como por la exterior de las mismas. De este modo, diferentes personas jóvenes podrán elegir aquellas que contengan los mensajes con los que se sienten más próximos.

(Es aceptable poner ejemplos relacionados con valores, ideas políticas o la personalidad, pero teniendo en cuenta que se trata de prendas deportivas y dirigidas a jóvenes).

Criterio demográfico (0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta y hasta 0,5 punto si responde con claridad a la cuestión):

La empresa va a sacar al mercado una línea de ropa deportiva dirigida a colectivos específicos según su diversidad sexual y de género, con diseños que generen una identificación de cada colectivo.

(Cabe poner ejemplos relacionados con sexo, religión, raza, nivel cultural, ocupación..., pero teniendo en cuenta que se trata de prendas deportivas y dirigidas a jóvenes).

C.1.2.- Una amenaza, en el análisis DAFO de una empresa, representa un hecho POSIBLE, no certero, de carácter externo a la empresa, que puede afectar negativamente a la empresa analizada, para lo cual es necesario que la empresa diseñe una estrategia de actuación para hacerle frente rápidamente en caso de que suceda.

Para una empresa con 10 años de experiencia en su sector, indique de forma razonada cuáles de los siguientes hechos pueden representar una amenaza:

- c) Existe una elevada competencia en el sector FRENTE A QUE ante el incremento de beneficios que se viene produciendo se pueda producir un fuerte incremento de la competencia.
- d) La empresa presenta la ratio de solvencia no adecuada para la obtención de financiación necesaria, FRENTE A QUE las ruedas de prensa del Banco Central Europeo anuncian la posibilidad de que de continuar así la evolución de precios se endurezcan ciertas condiciones y el precio del endeudamiento.

Rúbrica: Esta pregunta tiene un valor de máximo de 1 punto, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, repartidos de la siguiente forma: **0,2 puntos para cada una de las dos justificaciones en las que acierta cuál de las dos opciones es una amenaza (0 puntos si se equivoca o no contesta) y 0,3 puntos para cada una de las dos justificaciones de que no es una amenaza (es esencial indicar por qué no o se le pondrá un 0).**

- a) Ambos son externos a la empresa, pero en el primer caso es un hecho cierto y no es una amenaza (la empresa a nivel interno presentará una debilidad o una fortaleza para afrontar dicha competencia real). El segundo caso sí es una amenaza posible y requiere de una estrategia de marketing a llevar a cabo en caso de suceder.
- b) La primera es interna y no puede considerarse como una amenaza sino como una debilidad. La segunda sí es una amenaza porque es un hecho posible que requiere de una estrategia previsible o actual de actuación.

C.1.3.- En España, la Ley 16/2021, de 14 de diciembre, establece medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, y protege la cadena de valor en el sector agroalimentario prohibiendo que se pueda pagar por debajo de costes conforme se va subiendo niveles en dicha cadena desde el sector agrícola, ganadero, pesquero... hasta la venta final de los alimentos. Señale qué tipo de conflicto tradicional en la cadena de valor trata de solucionar esta Ley y la forma que se utiliza para ello. Señale posibles límites a su aplicación.

Rúbrica: Tiene un valor máximo de 1 punto, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, repartidos de la siguiente forma: **se valora con 0,5 puntos que se identifique el tipo de conflicto al que se refiere el enunciado (puede ponerse de formas diferentes,**

pero debe estar clara su presentación para la obtención de estos puntos o se pondrá 0 puntos). Si esta parte está completada, se le sumarán los otros 0,5 puntos por describir de forma clara que tipo de comportamientos pretende controlar la ley.

Existe un conflicto tradicional que se ha extendido a nivel de la opinión pública, los medios de comunicación y la política sobre la existencia de una importante diferencia entre los precios de los productos alimenticios en el sector primario y los precios a que se vende a la ciudadanía, lo que ha llevado a los productores a reclamar una solución para el conflicto existente en la cadena de valor al presentarse como la parte más débil de la misma. Para solucionarlo se ha establecido esta ley que sanciona a mayoristas y cadenas de supermercado por su incumplimiento. Como límite, señalar que el bajo poder de negociación de parte de los miembros del sector primario puede llevarlos a aceptar peores condiciones sin plantear denuncia alguna y de esta manera asegurarse la venta de sus productos frente a la competencia de similares características.

Apartado C.2: Una empresa dedicada a fabricación de pelotas de golf empleó en el año 2021 un total de 27 trabajadores, cada uno de los cuales trabajó 1.850 horas, siendo el coste unitario de la hora trabajada de 10 euros. Como materia prima se emplearon en la fabricación de las pelotas 10.000 kg de caucho y 1.000 kg de plástico, siendo la producción de bolas de golf de 200.000 unidades físicas, cuyo precio de venta unitario fue de 4 euros. El coste del kg de caucho fue de 4 euros y el del plástico de 0,25 euros. En cambio, durante el año 2022, el número de empleados aumentó en 5 personas, trabajando cada una de ellas el mismo número de horas que en el año anterior, con un coste unitario de la hora trabajada de 11,50 euros. Las cantidades empleadas de caucho y de plástico no variaron, pero el volumen de producción obtenido ascendió a 205.000 bolas del golf, siendo estas vendidas a un precio de 5 euros la unidad. Los costes del caucho y del plástico aumentaron un 10 % respecto al año anterior.

a) Calcule la productividad parcial de la mano de obra de ambos años y evalúe el resultado.

Rúbrica: Para el cálculo de la productividad laboral lo normal es utilizar las unidades de pelotas de golf por hora trabajada. En este caso también puede calcularlo en términos de número de pelotas de golf por trabajador, dado que en ambos años trabajan las mismas horas (en caso de que fueran diferentes no sería válido por no tener una unidad de comparación homogénea). El alumnado puede también calcularlo según el coste de la hora trabajada, pues viene su valor, pero es obligado que lo hagan en términos de precios del producto constante y de coste de la mano de obra constante, pues en caso contrario no se le aplicará valor alguno a esta cuestión por no conocer el significado del término. Tampoco se valorará si la repuesta invierte numerador y denominador, por la misma razón. No se puntuará saber calcular la tasa de variación, sino el razonamiento que debe incluir su cálculo.

Este apartado tendría un valor total de 0.9 puntos, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, repartidos de la siguiente forma: **0,6 puntos por la formulación completa correcta y/o su aplicación práctica en ambos casos, y conseguidos se le suma 0,3 por su resultado correcto y comentario razonable (para estos 0,3 puntos se exige tener bien las unidades en las que se expresa el resultado):**

$$\text{Productividad laboral} = \frac{\text{Nº unidades producidas (o valor de estas)}}{\text{Nº de horas trabajadas (o valor de estas o nº de trabajadores)}}$$

PL₂₀₂₁= 200000/(27x1850)=4,004 pelotas de golf por hora trabajada

PL₂₀₂₂=205000/(32x1850)=3,46 pelotas de golf por hora trabajada

PL₂₀₂₁= 200000/27= 7.407,41 pelotas de golf por persona trabajadora

PL₂₀₂₂=205000/32=6.406,14 pelotas de golf por persona trabajadora

$$PL_{2021} = (200000 \times 4) / (27 \times 1850 \times 10) = 1,60$$
$$PL_{2022} = (205000 \times 4) / (32 \times 1850 \times 10) = 1,39$$

Vemos como se produce una pérdida de productividad laboral en 2022 con respecto de 2021, del 13,59% en el primer cálculo (13,52% en el segundo y 13,13% en el tercero).

b) Calcule productividad global de los años 2021 y 2022 y comente el resultado.

Rúbrica: No se evalúa saber calcular una tasa de variación sino la productividad bien hecha y comprendida su utilidad. Para el cálculo de la productividad global es esencial hacerlo en valor monetario, pero es obligado que lo hagan en términos de precios del producto constante y de coste de los factores productivos constante, pues en caso contrario no se le aplicará valor alguno a esta cuestión por no conocer el significado del término. Tampoco se valorará si la repuesta invierte numerador y denominador, por la misma razón. No se van a dar puntos por saber calcular la tasa de variación, sino por incluir esta en su razonamiento.

Este ejercicio tendría un valor total de 1,1 puntos, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, repartidos de la siguiente forma: **0,6 puntos por la formulación correcta y/o su aplicación práctica en ambos casos, y conseguidos se le suma 0,2 puntos por su resultado correcto en ambos casos (para estos 0,2 puntos se exige tener bien las unidades en las que se expresa el resultado) y 0,3 puntos por el comentario.**

$$PG_{2021} = (200000 \times 4) / (27 \times 1850 \times 10 + 10000 \times 4 + 1000 \times 0,25) = 1,48$$
$$PG_{2022} = (205000 \times 4) / (32 \times 1850 \times 10 + 10000 \times 4 + 1000 \times 0,25) = 1,29$$

Se produce una disminución de la productividad de los factores de producción a nivel global, como indica una tasa de variación entre ambos años de - 12,84%.

Bloque D. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión. Responde a 1 pregunta de las 2 propuestas. La puntuación máxima de este apartado será de 1 punto.

D.1. La elaboración de un mapa de empatía en una empresa de ropa juvenil e infantil se centra en tratar de dar respuesta a preguntas como *¿qué escucha?*, *¿qué habla y hace?*, *¿cuáles son sus esfuerzos?* Indique de forma clara a qué colectivo debe dirigir estas cuestiones y señale las preguntas adicionales recomendadas en este mapa.

Rúbrica: Esta cuestión tiene una puntuación de 1 punto, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, repartidos de la siguiente forma: **0 puntos si contesta incorrectamente o 0,4 puntos por indicar el colectivo, más 0,2 puntos por cada una de las preguntas pendientes de incorporar al mapa (o preguntas que signifiquen lo mismo, como por ejemplo *¿qué observa?*, *¿qué siente?* o *¿qué resultados espera?*).**

Es esencial focalizar el esfuerzo durante el proceso de diseño y de desarrollo en conocer las respuestas a las preguntas por parte del colectivo al que van dirigidas estas cuestiones: en el usuario final (no en el cliente, que suele ser la familia). Además hay que realizar estas otras tres: *¿qué ve?*, *¿qué piensa y siente?* Y *¿cuáles son sus necesidades o resultados esperados?*

D.2. La empresa malagueña OWO Game ha desarrollado un sistema que permite sentir en tiempo real sensaciones físicas (tecnología háptica) mientras se video-juega, a través del sentido del tacto (tecnología desarrollada por la empresa). Diseña para la empresa parte del lienzo de modelo de negocio o modelo

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

canvas que se corresponde con tres puntos en concreto, marcando sugerencias adicionales innovadoras: 1. El punto de partida o segmento de clientes; 3. Canales y 8. Alianzas clave.

Rúbrica: Tiene un valor máximo de 1 punto, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, repartidos de la siguiente forma: **0,3 puntos por explicar, correctamente en todo caso, un solo elemento, 0,6 por explicar dos y 1 punto por los tres (no se permiten valoraciones intermedias, pero sí respuestas similares).**

1. El punto de partida o segmento de clientes significa delimitar bien a quién vamos a crearle valor con el servicio que se presta y el producto que incorpora. Nuestro público objetivo son principalmente jóvenes varones, que dedican más de tres horas diarias a estos juegos y que llevan mucho tiempo usando ciertos videojuegos y se sitúan en una posición de dominio elevado. Esta experiencia les hace dar un paso más para sentir el efecto de las consecuencias de sus fallos mientras juegan, y están dispuestos a pagar por la adrenalina que les aproxima genera el hecho de participar en un juego virtual.

3. Canales. La forma ideal para hacer llegar la propuesta de valor a estos jóvenes es la venta directa a usuarios con servicio de apoyo postventa. Su promoción debe hacerse en revistas especializadas y centros de venta de videojuegos con anuncios específicos.

8. Alianzas clave. Serían interesantes dos alianzas importantes; la primera con los productores de videojuegos más famosos, para poder coordinar la promoción e incluso la venta conjunta; la segunda es una alianza con una entidad financiera para gestionar la venta financiada en 8 pagos con tipos de interés del 0% y comisión reducida.

Bloque E. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación. Contiene dos apartados, uno con dos preguntas de teoría a elegir una (hasta 1 punto) y un segundo apartado con un problema (hasta 2 puntos). En total suman una puntuación máxima de 3 puntos.

Apartado E.1. Elegir solo una cuestión:

E.1.1. Una Sociedad Limitada andaluza dedicada a la fabricación de helados artesanales necesita financiación en un momento en el que el Banco Central Europeo mantiene tipos de interés de intervención en el 2.5%. Responda a las siguientes cuestiones:

- Qué opción resulta más óptima para los socios de la empresa: atraer a nuevos socios ampliando el capital social de la empresa; o bien solicitar préstamos al sector financiero. Indique para ambos casos con qué tipo de financiación se corresponde, externa o interna y si es a corto o a largo plazo
- La empresa tiene una lista de facturas de clientes pendientes de cobrar en el extranjero y desea externalizarlo de forma segura. Indique qué instrumento financiero utilizar, de qué tipo es y su principal ventaja e inconveniente.
- La empresa va a recibir una transferencia de capital de la Agencia Trade que cubre el 35% de la inversión en bienes de equipo para la modernización de la empresa, y a ella le corresponde cubrir la inversión restante. La empresa necesita solicitar dos tipos de préstamos, uno a corto plazo para garantizar su liquidez diaria y otro a largo plazo para cubrir ese 65% en la modernización de su planta industrial. Explique la principal característica de la primera de ellas y en que submasa patrimonial se encontrará la segunda.

Rúbrica: En total vale 1 punto si contesta las tres cuestiones bien, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, repartidos de la siguiente forma: **a) 0 puntos si contesta incorrectamente, 0,2 por decir cuál es la mejor opción para los socios y 0,1 por señalar si es financiación externa o interna y 0,1 por indicar si es a corto o largo plazo; b) 0,1 por indicar qué tipo de**

instrumento financiero es, 0,15 por dar una de sus principales ventajas y 0,15 por dar una de sus principales inconvenientes; c) 0,1 puntos por identificar cada uno de los dos instrumentos.

- a) Dado que el tipo de interés del dinero es reducido, la mejor opción es endeudarse (apalancarse), en lugar de compartir futuros beneficios con un mayor número de accionistas. En ambos casos (ampliar capital y pedir un préstamo) se habla de financiación externa, y la primera de ellas es a largo plazo y la segunda depende de qué tipo de financiación se solicite.
- b) A través de forfaiting, que es un instrumento de financiación a corto plazo y externo. Su principal ventaja es que no tiene riesgo de devolución alguno; su principal inconveniente es su alto coste financiero.
- c) En el primer caso se trata de una póliza de crédito a 1 año, cuya principal característica es que se paga un tipo de interés insignificante en la parte no dispuesta y uno mayor en la parte dispuesta. El segundo caso es un préstamo a largo plazo, a ser posible tanto como marque el ritmo de la amortización de los bienes de equipo adquiridos y esta financiación figurará en el pasivo no corriente (no se pregunta: pero las subvenciones se incluyen en el patrimonio neto).

E.1.2. Un joven empresario andaluz tiene una Sociedad Limitada que fabrica brochas para pintar ha acudido a un consultor contable especializado para que le aclare unas dudas sobre el Fondo de Maniobra: a) ¿qué es y cómo se calcula?; b) ¿qué implicaciones tendría en función de sus dos posibles resultados? y c) explique si existe alguna situación en la cual su responsabilidad limitada pueda convertirse en ilimitada.

Rúbrica: Este apartado tiene como valor 1 punto, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, repartidos de la siguiente forma: a) 0,2 puntos por su conceptualización + 0,2 puntos por su doble formulación; b) 0,2 puntos por explicar el resultado positivo y otros 0,2 puntos por el resultado negativo, y c) en este caso otros 0,2 puntos adicionales si informa correctamente sobre su responsabilidad.

- a) El fondo de maniobra de una empresa es la parte del activo circulante que es financiada con recursos de carácter permanente, lo que le permite cumplir con sus pagos y obligaciones a corto plazo. Para su cálculo es conveniente hacerlo por las dos vías posibles, lo que nos permite comprobar si el balance de situación está bien calculado:

Fondo de Maniobra = Patrimonio Neto + Pasivo No Corriente - Activo No Corriente

Fondo Maniobra = Activo corriente – Pasivo corriente

Existen dos posibles resultados:

- b) Positivo. Refleja que la empresa dispone de fondos de carácter permanente para financiar todo el activo no corriente, y además financiar parte de su activo corriente.
Negativo. Refleja que la empresa no dispone de capacidad para generar liquidez suficiente a corto plazo para pagar sus deudas a corto plazo, presentando problemas de solvencia corriente, corriendo el peligro de entrar en suspensión de pagos.
- c) En el caso en que sea negativo y de forma importante y no justificada, el administrador único o el consejo de administración de la empresa debe solicitar al juzgado de lo mercantil un pre-concurso o concurso de acreedores (o solicitar un reestructurador productivo por situación de estrés financiero) porque en caso contrario, si un acreedor de la empresa solicita concurso necesario para esta, la responsabilidad se vuelve ilimitada para los miembros de la administración de la empresa.

Apartado E.2. Una empresa fabricante de productos de cuero presenta la siguiente información patrimonial en € al cierre del ejercicio: Bancos e instituciones de crédito, c/c vista, euros (20.000 €); Maquinaria (40.000 €); Materias primas (5.000 €); Deudas c/p con entidades de crédito (13.000 €); Reserva legal (2.000 €);

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

Proveedores (10.000 €); Resultado del ejercicio (50.000 €); Amortización Acumulada Inmovilizado Material (11.000 €); Productos terminados (10.000 €); Proveedores de inmovilizado a l/p (15.000 €); Construcciones (200.000 €); Capital social (¿?); Clientes (35.000 €) y Efectos a pagar a largo plazo (17.000 €). Se pide:

- a) Ordene las cuentas anteriores según el modelo de Balance del PGC, señalando a qué masa y submasa patrimonial pertenecen e indicando las sumas correspondientes para cada una, después de calcular el valor del capital social.

Rúbrica: Este apartado tiene un valor de 1,3 puntos, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, repartidos de la siguiente forma: **0.3 por el cálculo del capital social y el Patrimonio Neto y 1 punto por la ordenación correcta. Por cada cuenta que no aparezca o que no se encuentre en su submasa correspondiente (activo corriente o no corriente, pasivo corriente o no corriente y patrimonio neto) se descuenta -0,2 puntos y si está mal ordenada dentro de la submasa -0.1 puntos, con el límite de 1,3 puntos.**

Total Activo	299.000	Total Patrimonio neto y pasivo	299.000
Activo no corriente	229.000	Patrimonio Neto	244.000
<i>II. Inmovilizado Material</i>		Capital social ¿X?	219.000
Construcciones	200.000	Reserva legal	2.000
Maquinaria	40.000	Resultado del ejercicio	50.000
Amortización Acumula Inmovil. Mat.	(11.000)		
		Pasivo no corriente	23.000
Activo corriente	70.000	Proveedores de inmovilizado a l/p	15.000
<i>II. Existencias</i>		Efectos a pagar a largo plazo	17.000
Materias Primas	5.000		
Productos terminados	10.000	Pasivo corriente	55.000
<i>III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</i>		Proveedores	10.000
Clientes	35.000	Deudas c/p con entidades de Crédito	13.000
<i>VII. Efectivo</i>			
Bancos e instituciones crédito c/c vista	20.000		

- b) Calcule el fondo de maniobra por las dos vías de cálculo para comprobar su validez e interprete su resultado.

Rubrica: Este apartado tiene un valor de 0,7 puntos, con una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica y gramatical, repartidos de la siguiente forma: **0,5 puntos por el cálculo del Fondo de Maniobra (0,25 puntos por cada una de las dos formas de cálculo, menos 0,1 en cada caso si no pone unidades), a los que se sumará más 0,1 puntos por decir que el resultado es positivo o 0,2 puntos si se indica que la situación es positiva lo que indica que la situación es de estabilidad financiera normal. En el caso de errores graves en el apartado anterior por falta de conocimiento de importante sí se tendrán en cuenta y valdrá 0 puntos. En el caso de errores frecuentes no se arrastra el error.**

Fondo Maniobra = Activo corriente – Pasivo corriente = 70.000 – 23.000 = 47.000 €

Comprobación: Fondo de Maniobra = PN+PNC-ANC= 244.000 + 32.000 – 229.000 = 47.000 €

El fondo de maniobra es positivo → Estabilidad financiera normal

8º Criterios de corrección del modelo de prueba

BLOQUE A. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y EL EMPRENDIMIENTO.

Responde a 1 pregunta de las 2 propuestas, con una puntuación máxima de 1 punto.

BLOQUE B. EL ENTORNO ECONÓMICO Y SOCIAL Y SU INFLUENCIA EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL.

Responde a 1 de las 2 preguntas propuestas, con una puntuación máxima de 1 punto.

BLOQUE C. EL MODELO DE NEGOCIO Y DE GESTIÓN.

Contiene dos apartados, el primero con tres preguntas de teoría a elegir dos (hasta 1 punto cada una) y el segundo con un problema a responder (hasta 2 puntos). En total suman una puntuación máxima de 4 puntos.

BLOQUE D. HERRAMIENTAS PARA INNOVAR EN MODELOS DE NEGOCIO Y DE GESTIÓN.

Responde a 1 de las 2 preguntas propuestas, con una puntuación máxima de 1 punto.

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

Contiene dos apartados, uno con dos preguntas de teoría a elegir una (hasta 1 punto) y un segundo apartado con un problema (hasta 2 puntos). En total suman una puntuación máxima de 3 puntos.

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

ANEXO DE CUENTAS CONTABLES

ACTIVO	PATRIMONIO NETO Y PASIVO
<p style="color: red;">A) ACTIVO NO CORRIENTE</p> <p style="color: blue;">I. Inmovilizado intangible</p> <p>203 Propiedad industrial</p> <p>206 Aplicaciones informáticas</p> <p>280 (Amortización ac. del inmovilizado intangible)</p> <p style="color: blue;">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 style="color: blue;">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 style="color: red;">B) ACTIVO CORRIENTE</p> <p style="color: blue;">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 style="color: blue;">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 style="color: blue;">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 style="color: blue;">VII. Efectivo</p> <p>570 Caja, euros</p> <p>572 Bancos e instituciones de crédito c/c vista, euros</p>	<p style="color: red;">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 style="color: red;">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 style="color: red;">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)