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

Curso: 2026-27 Asignatura: Empresa y Diseño de Modelos de Negocio

1º Comentarios acerca del programa del segundo curso del Bachillerato, en relación con la Prueba de Acceso y Admisión 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 Intelectual 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 Intelectual 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.C3 / 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. 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 que se planteará para la asignatura.

PRIMERA PARTE: PROBLEMAS SIN OPTATIVIDAD

Bloque C: El modelo de negocio y de gestión. Problema.

Bloque E. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación. Problema.

SEGUNDA PARTE: PREGUNTAS COMPETENCIALES SOBRE LA TEORÍA

Bloque A: La actividad emprendedora y el emprendimiento. Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

Bloque B: El entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial. Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

Bloque C: El modelo de negocio y de gestión. Elija **DOS** preguntas de las tres propuestas.

Bloque D: Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión. Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

Bloque E: Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación. Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

3º Instrucciones sobre el desarrollo de la prueba. Materiales permitidos en 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 generales de corrección.

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; a partir de ahí se descuenta un 10% a la puntuación de la pregunta.
- 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.

PRIMERA PARTE: PROBLEMAS SIN OPTATIVIDAD

Bloque C: El modelo de negocio y de gestión. **Problema.**

PROBLEMA 1.

La empresa *Bate S.L.*, dedicada a la fabricación de baterías eléctricas, produce y vende diariamente 150 baterías para coches, que comercializa a un precio de 200 € la unidad, y 100 baterías para motocicletas, cuyo precio de venta es de 100 € cada una. Para llevar a cabo esta producción, la empresa dispone de 50 trabajadores y 12 máquinas. El coste diario por trabajador asciende a 100 €, mientras que el coste de cada máquina es de 300 € al día. Además, se sabe que la materia prima consumida diariamente asciende a 11.000 €. Se pide:

a) Calcular la productividad del factor trabajo y de la maquinaria en la producción de batería para coches e interpretar los resultados obtenidos.
b) Calcular la productividad global de la empresa, considerando ambos tipos de baterías, e interpretar el resultado.

Bloque E: Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación. **Problema.**

PROBLEMA 2.

Solergi S.A. es una empresa especializada en la instalación de sistemas de autoconsumo fotovoltaico. Al finalizar el ejercicio, su información contable en euros es la siguiente: Activo no corriente 315.000; Activo corriente 85.000; Pasivo no corriente 140.000; Pasivo corriente 60.000; Ingresos por instalaciones de placas fotovoltaicas 145.000; coste de aprovisionamiento 68.000 y coste de personal 25.000 e intereses anuales 4.000 €. El tipo impositivo aplicable al beneficio es del 25%. Se pide:

a) La rentabilidad económica e interpretar el resultado obtenido.
b) La rentabilidad financiera e interpretar el resultado obtenido.

SEGUNDA PARTE: PREGUNTAS COMPETENCIALES SOBRE LA TEORÍA

Bloque A. La actividad emprendedora y el emprendimiento. Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

A.1. *Gades Tecnológica, S.A.* dedicada a la fabricación de electrodomésticos tradicionales, va a lanzar al mercado un innovador sistema de climatización para hogares basado en inteligencia artificial. Este dispositivo no solo reduce el consumo energético en un 70% en comparación con los sistemas convencionales de la empresa, sino que además se integra completamente de forma invisible en las paredes de las viviendas, rompiendo de forma absoluta con el diseño y la tecnología de sus productos anteriores. La dirección de la empresa está convencida de que este lanzamiento les permitirá liderar un nuevo segmento de mercado y diferenciarse de la competencia. Razone si esta medida representa una **innovación** y, en caso afirmativo, indique y justifique el **tipo de innovación** que supone teniendo en cuenta dos criterios de clasificación.

A.2. Carlos enfermero de profesión, detectó que en su barrio muchas personas mayores vivían solas y tenían serias dificultades para realizar la compra diaria o acudir a sus citas médicas. Tras valorar su viabilidad, puso en marcha una iniciativa empresarial destinada a ofrecer servicios de asistencia y acompañamiento a personas mayores a precios accesibles. La organización tiene como norma estatutaria destinar la totalidad de los excedentes económicos anuales a ampliar la cobertura del servicio para ancianos sin recursos y a financiar talleres gratuitos de estimulación cognitiva. Tras superar los retos iniciales de financiación, el proyecto ya es una realidad ¿Qué **tipo de emprendedor** cree usted que es Carlos? Justifique su respuesta.

Bloque B. El entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial.

Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

B.1. Tres compañeras de universidad quieren abrir en Sevilla una consultoría de marketing digital especializada en el sector hostelero. Disponen de un capital inicial total de 3.500 € aportado a partes iguales. Tienen como requisito imprescindible proteger sus bienes particulares, de modo que no tengan que responder ante posibles pérdidas del negocio con su patrimonio personal. Además, quieren asegurarse el control total de la gestión, restringiendo al máximo la entrada de nuevos socios en el futuro ¿Qué **forma jurídica** considera más adecuada para la empresa que quieren constituir? Justifique su respuesta basándose en los datos aportados anteriormente.

B.2. Dados estos **elementos del entorno** de la bodega jerezana *Bodegas Tradición*:

1. La empresa competidora *González Byass* lanza una nueva línea de vinos ecológicos orientada al público joven.
2. El Banco Central Europeo decide rebajar los tipos de interés para estimular el consumo en la eurozona.
3. *Bodegas Tradición* firma un acuerdo de exclusividad con una empresa de transportes refrigerados para garantizar los envíos de sus vinos de alta gama en España.
4. Se consolida una fuerte tendencia cultural en los mercados internacionales hacia el consumo de bebidas con menor graduación alcohólica.
5. El club de fidelización "Amigos de la Bodega" ofrece visitas guiadas privadas y catas en primicia a sus suscriptores habituales.

Identifique los **elementos** del **entorno general** o **macroentorno** y del **entorno específico** o **microentorno** de la empresa *Bodegas Tradición*.

Bloque C. El modelo de negocio y de gestión. Elija **DOS** preguntas de las tres propuestas.

C.1. *Decathlon,* empresa dedicada a la venta y distribución de material deportivo, para consolidar su presencia en el mercado diseña y comercializa una amplia gama de productos bajo sus propias marcas, como *Quechua* o *Kalenji*, las cuales ofrecen una calidad técnica óptima a precios muy competitivos y accesibles para el gran público. Además, para incentivar las ventas durante el inicio de la temporada de invierno, la compañía suele lanzar folletos digitales y campañas en redes sociales ofreciendo un descuento del 15% en ropa térmica a los clientes que formen parte de su club de fidelización.

a) Defina qué es el **marketing mix** y mencione las 4 variables que lo componen.
b) Explique qué **variables** del marketing mix aparecen en el enunciado y qué acción concreta lleva a cabo *Decathlon* en cada una de ellas.

C.2. En una prestigiosa firma de abogados, los empleados disponen de unas oficinas modernas con tecnología de última generación, un horario flexible muy cómodo y una gran estabilidad laboral garantizada por sus contratos. Sin embargo, los abogados más jóvenes muestran signos de desgana y apatía porque sienten que sus tareas son puramente mecánicas, no tienen autonomía para tomar decisiones con los clientes y perciben que sus logros individuales nunca son reconocidos públicamente por los socios. Analice esta situación aplicando la **Teoría de Herzberg**. ¿Por qué unas buenas condiciones de trabajo y de estabilidad no son suficientes para **motivar** al trabajador?

C.3. Sofía, una apasionada de la tecnología y el diseño de interiores, ha decidido emprender su propio negocio. Quiere desarrollar una plataforma web basada en la realidad virtual que permita a los usuarios visualizar cómo quedarían diferentes muebles en sus salones antes de comprarlos. Sin embargo, pronto se da cuenta de que desarrollar un software tan avanzado implica una inversión económica enorme y se enfrenta al riesgo de que los clientes no se adapten a esta herramienta.

Explique cómo la **metodología lean-startup** puede ayudar a este emprendedor en la consecución de sus objetivos.

Bloque D. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

D.1. Carmen es una joven emprendedora que ha diseñado un innovador sistema de sensores domésticos para optimizar el consumo de agua y luz en los hogares. Mañana asistirá a un evento donde coincidirá con importantes inversores de capital riesgo y dispone de una única y breve oportunidad para captar su interés, por lo que debe presentar los puntos clave de su proyecto de manera concreta, atractiva y en un tiempo máximo de dos minutos. ¿Qué **herramienta de comunicación** se le está pidiendo que utilice? Explique en qué consiste.

D.2. Un joven emprendedor malagueño va a lanzar al mercado una marca de mochilas y accesorios de viaje fabricados íntegramente con plásticos reciclados recogidos del océano. Su proyecto se enfoca de manera directa en viajeros que viajan con frecuencia y personas concienciadas con la sostenibilidad medioambiental. Las compras se realizarán exclusivamente de manera online a través de su página web oficial, ofreciendo envíos rápidos al domicilio del comprador. Con el objetivo de darse a conocer, el emprendedor planea colaborar estrechamente con creadores de contenido (influencers) dedicados al sector de los viajes. Asimismo, para asegurar el suministro del material reciclado, ha firmado un acuerdo estratégico con varias cofradías de pescadores locales. Identifique al menos **tres bloques** del **modelo Canvas** presentes en el texto y justifique su respuesta utilizando ejemplos del enunciado.

Bloque E. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación. Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.

E.1. Una empresa dedicada a la producción de energías renovables se encuentra inmersa en un proceso de expansión internacional, para ello, necesita construir una nueva planta fotovoltaica, así como adquirir patentes tecnológicas de última generación. Al tratarse de inversiones de elevado coste y con un plazo de recuperación de la inversión amplio, requiere recursos financieros estables. Explique **dos posibles**

fuentes de financiación ajena a largo plazo a las que la empresa podría recurrir para acometer este proyecto de inversión.
E.2. Una empresa andaluza dedicada a la fabricación de envases biodegradables está analizando su situación de cara a trazar su estrategia de crecimiento para el próximo año. A nivel de entorno, la compañía se enfrenta a la aparición constante de pequeños competidores locales y a una fuerte presión de las grandes industrias de envasado de productos alimenticios, quienes exigen bajadas drásticas de precios para seguir comprando sus envases. Identifique y explique qué **dos fuerzas competitivas de Porter** se reflejan directamente en el texto.

7º Criterios específicos del modelo de prueba.

Cada pregunta podrá tener una penalización de hasta el 10% del valor de la pregunta por incorrección ortográfica, gramatical y léxica, así como su presentación.

PRIMERA PARTE: PROBLEMAS SIN OPTATIVIDAD

Bloque C: El modelo de negocio y de gestión. Problema.
RÚBRICA PROBLEMA 1: Suma hasta 2 puntos en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; a) hasta 0,3 puntos por la formulación completa correcta y cálculo correcto de cada factor; 0,1 puntos por la interpretación del resultado para cada factor (trabajo y maquinaria); b) hasta 0,8 puntos por la formulación completa correcta y cálculo correcto de la productividad global; hasta 0,4 puntos por la interpretación correcta.

Bloque E: Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación. Problema.
RÚBRICA PROBLEMA 2: Suma hasta 2 puntos en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; a) hasta 0,25 puntos por el cálculo correcto del Activo Total y BAII; hasta 0,5 puntos por el cálculo correcto de la RE; hasta 0,25 puntos por la interpretación del resultado; b) hasta 0,25 puntos por el cálculo correcto del Patrimonio Neto y BN; hasta 0,5 puntos por el cálculo correcto de la RF; hasta 0,25 puntos por la interpretación del resultado.

SEGUNDA PARTE: PREGUNTAS COMPETENCIALES SOBRE LA TEORÍA

Bloque A. La actividad emprendedora y el emprendimiento. Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.
RÚBRICA A.1. Suma hasta 1 punto en total, distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,4 puntos por justificar por qué se trata de una innovación; hasta 0,3 puntos por indicar justificadamente cada tipo de innovación.
RÚBRICA A.2. Suma hasta 1 punto en total, distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,4 puntos si dice el tipo de emprendedor; hasta 0,6 puntos si lo justifica adecuadamente.

Bloque B. El entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial. Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.
RÚBRICA B.1. Suma hasta 1 punto en total, distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,4 puntos si dice la forma jurídica más adecuada; hasta 0,6 puntos por justificar al menos tres características (0,2 puntos por cada una).

RÚBRICA B.2. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,2 puntos por cada elemento identificado.

Bloque C. El modelo de negocio y de gestión. Elija **DOS** preguntas de las tres propuestas.
RÚBRICA C.1. Suma hasta 1 punto en total, distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,4 puntos si define correctamente el marketing mix y menciona las 4 P; hasta 0,2 puntos si solo da la lista de variables sin definir qué es; b) 0,6 puntos (0,3 puntos por cada una) si identifica las variables en el caso propuesto.
RÚBRICA C.2. Suma hasta 1 punto en total, distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,5 puntos si analiza la situación según la teoría de Herzberg; hasta 0,5 puntos si responde adecuadamente a la pregunta formulada.
RÚBRICA C.3. Suma hasta 1 punto en total, distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 1 punto si explica adecuadamente la metodología lean-startup.

Bloque D. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión. Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.
RÚBRICA D.1. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; a) hasta 0,2 puntos si identifica adecuadamente la herramienta; b) hasta 0,2 puntos por la explicación de cada parte en función del texto.
RÚBRICA D.2. Suma hasta 1 punto en total distribuido así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 1 punto por los tres bloques. (0,1 por nombrarlos; 0,15 si explica)

Bloque E. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación. Elija **UNA** pregunta de las dos propuestas.
RÚBRICA E.1. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,25 puntos por cada fuente si solo nombra; hasta 0,5 puntos por cada fuente si nombra y explica cada una adecuadamente.
RÚBRICA E.2. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,5 puntos por identificar las fuerzas de Porter (0,25 puntos cada una); hasta 0,5 puntos por explicar (0,25 puntos la explicación de cada fuerza).

ANEXO DE CUENTAS CONTABLES

BALANCE ABREVIADO INCLUYENDO SOLO LOS ELEMENTOS PATRIMONIALES Y LAS CUENTAS EXIGIBLES EN EMPRESA Y DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO

ACTIVO	PATRIMONIO NETO Y PASIVO
A) ACTIVO NO CORRIENTE	**A) PATRIMONIO NETO**
I. Inmovilizado intangible.	*Capital social*
Propiedad industrial	*Capital*
Aplicaciones informáticas	*Reserva legal*
(Amortización ac. del inmovilizado intangible)	*Reservas voluntarias*
II. Inmovilizado material.	*Reservas estatutarias*
Terrenos y bienes naturales	*Resultado del ejercicio*
Construcciones	
Instalaciones técnicas	
Maquinaria	
Utillaje	
Otras instalaciones	
Mobiliario	
Equipos p ara procesos de información	
Elementos de transporte	
Otro inmovilizado material	**B) PASIVO NO CORRIENTE**
(Amortización ac. del inmovilizado material)	*Deudas a largo plazo con entidades de crédito*
V. Inversiones financieras a largo plazo.	*Deudas a largo plazo*
Inv financ a l/p en instrumentos de patrimonio	*Proveedores de inmovilizado a largo plazo*
Créditos a largo plazo	*Efectos a pagar a largo plazo*
Créditos a l/p por enajenación de inmovilizado	
Imposiciones a largo plazo	
B) ACTIVO CORRIENTE	
II. Existencias.	
Mercaderías	**C) PASIVO CORRIENTE**
Materias primas	*Deudas a corto plazo con entidades de crédito*
Combustibles	*Deudas a corto plazo*
Repuestos	*Proveedores de inmovilizado a corto plazo*
Material de oficina	*Efectos a pagar a corto plazo*
Productos terminados	*Proveedores*
III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar.	*Proveedores, efectos comerciales a pagar*
Clientes	*Acreedores por prestaciones de servicios*
Clientes, efectos comerciales a cobrar	*Acreedores, efectos comerciales a pagar*
Deudores	
Deudores, efectos comerciales a cobrar	
V. Inversiones financieras a corto plazo.	
Inv financ a c/p en instrumentos de patrimonio	
Créditos a corto plazo	
Créditos a c/p por enajenación de inmovilizado	
Imposiciones a corto plazo	
VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes.	
Caja, euros	
Bancos e instituciones de crédito c/c vista, euros	
TOTAL ACTIVO	**TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO**