

ceso. La relación existente entre los criterios de evaluación y los contenidos permitirá integrar y contextualizar la evaluación en el seno de las situaciones de aprendizaje a lo largo de la etapa.

– Los contenidos asociados a los criterios de evaluación de cada bloque en cada nivel serán concretados en la programación didáctica, de forma que cada centro pueda determinarlos en función de las instalaciones y recursos materiales disponibles, además de las características del entorno donde se localiza.

– El departamento didáctico, después de una reflexión, debe formular con criterios consensuados una estrategia metodológica común para desarrollar a lo largo del proceso de enseñanza y aprendizaje considerando, además, que la promoción de la práctica diaria del deporte y el ejercicio físico por parte del alumnado durante la jornada escolar forma parte de su desarrollo integral. Asimismo, se promoverá dar continuidad a la materia de Educación Física a lo largo de toda la etapa, teniendo en cuenta las diferentes opciones que nos ofrece la organización curricular del bachillerato.

– Deberá procurarse la implicación de las familias como un factor clave para hacer del alumnado auténticos sujetos activos de una gestión autónoma y comprometida con un estilo de vida activo y saludable.

15. Empresa y Diseño de Modelos de Negocio.

15.1. Introducción.

El mundo de la empresa está presente de forma cotidiana en los medios de comunicación, formando parte de la vida de millones de personas y repercutiendo en todos los hogares. El conocimiento sobre la empresa constituye un paso esencial para comprender el funcionamiento global de la economía, por la interrelación que existe entre la empresa y el contexto en el que lleva a cabo su actividad.

La materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio tiene como finalidad que el alumnado comprenda y analice cómo responden las empresas a los desafíos que se les presentan, empleando un enfoque actualizado y, sobre todo, adaptado a la realidad, donde el factor clave de su actividad reside en la innovación, al ser esta en muchos casos el elemento determinante de su supervivencia.

Esta materia de modalidad, integrada en el segundo curso del bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales, persigue dos objetivos: por una parte, aproximar al alumnado



al conocimiento de la empresa como catalizador del desarrollo económico, destacando la innovación como aspecto fundamental de la actividad empresarial, y a los valores propios de la responsabilidad social corporativa, y por la otra, fomentar una cultura emprendedora que potencie la creatividad, el espíritu de innovación, la reflexión crítica y la toma de decisiones fundamentales que permitan diseñar una propuesta de modelo de negocio y analizar su viabilidad.

El diseño de la materia toma como referentes los descriptores operativos que concretan el desarrollo competencial esperado para el alumnado de bachillerato. Además, tiene en cuenta los objetivos fijados en la legislación vigente, contribuyendo a afianzar «el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, trabajo en equipo, confianza en uno mismo y sentido crítico».

De esta forma y partiendo de manera especial de las competencias emprendedora, ciudadana, personal, social y de aprender a aprender adquiridas en etapas educativas previas, se aportan elementos que al tiempo que permiten comprender el funcionamiento de las empresas, las oportunidades y las dificultades a las que se enfrentan, integran otros relacionados con la reflexión crítica y constructiva y la propuesta de soluciones a problemas y retos actuales.

La consecución de los fines propuestos se desarrolla a través de aprendizajes significativos, funcionales y de interés para el alumnado, y se organiza alrededor de la adquisición de unos objetivos que tratan, en primer lugar, sobre la importancia que la actividad empresarial y el emprendimiento tienen en la transformación social. En segundo lugar, sobre el conocimiento del contexto para determinar las interrelaciones entre este y las empresas. En tercer lugar, sobre el funcionamiento y estructura interna de las empresas y la propuesta de nuevos modelos de negocio. En cuarto lugar, sobre la utilización de herramientas innovadoras y la valoración del uso de estrategias comunicativas por parte de las empresas. En quinto y último lugar, sobre la evaluación del modelo de negocio propuesto, utilizando herramientas de análisis empresarial que permitan determinar su viabilidad. Lo aprendido a lo largo de todo este proceso deberá capacitar al alumnado para redactar y presentar un plan básico de empresa.

Los criterios de evaluación van dirigidos a comprobar el grado de adquisición de los objetivos propuestos, esto es, el desempeño en el ámbito cognitivo, instrumental y actitudinal que pueda ser aplicado a situaciones o actividades del ámbito personal, social y académico con una futura proyección profesional.

Los criterios de evaluación y los contenidos que contribuyen a la consecución de los objetivos se estructuran en cuatro bloques. El primero se centra en conocer el origen de un



proyecto empresarial: la persona que arriesga y lleva a cabo la actividad, en un contexto de responsabilidad social, igualdad e inclusión, siendo consciente de las tendencias cambiantes del mercado y de la importancia de la innovación como factor clave de supervivencia. El segundo bloque se orienta hacia el análisis de las diferentes áreas funcionales de la empresa, que constituyen los ejes fundamentales de cualquier modelo de negocio, desde los más tradicionales hasta los más innovadores. El tercero incluye, por una parte, 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, y por la otra, presenta aquellos recursos y herramientas que ofrecen mayores posibilidades creativas y de innovación, y que pueden ser aplicados en las diferentes fases del proceso. Por último, el cuarto bloque se vincula con los contenidos que permiten aplicar herramientas de análisis empresarial para determinar la viabilidad del proyecto. Este bloque incorpora el análisis de las cuentas anuales con la finalidad de redactar un plan básico de empresa adaptado a un contexto determinado.

Finalmente, se propone un enfoque teórico-práctico de la materia a través de la simulación de un modelo de negocio que permita abordar los diferentes bloques de contenido, ponerlos en práctica y evaluar la viabilidad del modelo presentado. De esta forma, tras una investigación sobre los ejes que sustentan un modelo de negocio y el debate de cuestiones relativas a la responsabilidad social corporativa, la inclusión y el papel de las mujeres emprendedoras, se podrá diseñar una propuesta adaptada a una situación concreta, empleando las diferentes herramientas recogidas en los contenidos anteriores y proponiendo soluciones a los desequilibrios encontrados.

15.2. Objetivos.

Objetivos de la materia
OBX1. 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.
<ul style="list-style-type: none">• Entender la realidad desde una perspectiva económica es fundamental para comprender mejor el mundo en el que vivimos; por ello es importante que el alumnado conozca el papel que las personas emprendedoras y las empresas ejercen como elementos transformadores del contexto actual, caracterizado por su gran dinamismo y por la rápida incorporación de las nuevas tecnologías y sus múltiples aplicaciones. Todo esto está cambiando no solo la estructura productiva global, sino también la estructura económica y social en su conjunto, convirtiendo la innovación en el elemento crucial para cualquier empresa.• Si el alumnado es capaz de comprender lo que ocurre a su alrededor, podrá adoptar decisiones que le permitan mejorar tanto su vida como la de la sociedad en la que se integra.



OBX2. Investigar el contexto económico y social y su influencia en la actividad empresarial, analizando las interrelaciones empresas-contexto e identificando estrategias viables que partan de los criterios de responsabilidad social corporativa, de 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 una parte, de los efectos del entorno sobre la empresa y, por la otra, de las consecuencias de la actividad empresarial sobre la propia sociedad o el medio ambiente, entre otros aspectos.
- Las empresas no son organizaciones ajenas a lo que ocurre a su alrededor, por lo que es imprescindible comprender cómo los elementos, tanto del contexto general como del específico, van a influir en las decisiones adoptadas.
- Despertar la curiosidad y tener una visión abierta sobre la realidad constituye el punto de partida de la investigación del contexto socioeconómico. Este conocimiento permitirá al alumnado identificar problemas y proponer soluciones que mejoren el bienestar social, pero sin olvidar que estas mismas soluciones pueden producir agotamiento de recursos, precariedad, desigualdad y otros efectos externos. Por ello es fundamental que el alumnado valore el esfuerzo que realizan las empresas al alinear sus objetivos con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), integrando la responsabilidad social corporativa (RSC), contribuyendo así a disminuir estos desajustes y siendo capaz de generar una propuesta de valor orientada a alcanzar una sociedad más equitativa y sostenible, sin dejar de adaptarse con rapidez al entorno y a las necesidades de los consumidores y consumidoras.

OBX3. Reconocer y comprender modelos de negocio actuales comparándolos con otros tradicionales, aplicando estrategias y herramientas que faciliten el diseño creativo y proponiendo modelos de negocio que, aportando valor, permitan satisfacer necesidades y contribuir al bienestar económico y social.

- En la actualidad, las empresas, desde las más tradicionales hasta las más tecnológicas conviven en medios dinámicos. Estos últimos se caracterizan por la rapidez con la que se producen los cambios y la complejidad de los problemas a afrontar, generando una enorme incertidumbre sobre el futuro, y provocando un gran impacto en las decisiones estratégicas empresariales.
- Los nuevos modelos de negocio como, por ejemplo, *long tail*, *freemium*, multiplataforma y app, permiten que las empresas se enfrenten a estos contextos 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, sin olvidar el análisis de actividades, recursos y asociaciones clave, así como los canales y las relaciones con clientes, estructura de costes y fuentes de ingresos. Junto a esta herramienta pueden trabajarse otras complementarias, como el mapa de empatía de clientes y el pensamiento visual, entre otras.
- Las empresas en la actualidad se proponen como objetivos la generación de riqueza, la innovación y el afán de mejora continua y de adaptación al contexto; pero también, la satisfacción de las necesidades de sus clientes y contribuir al bienestar económico y social. Por todo esto, es necesario que el alumnado comprenda que esta dualidad es complementaria desde el punto de vista empresarial.

OBX4. 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 junto a un sistema eficaz de comunicación resultan esenciales para lograr objetivos en cualquier ámbito. Esta cuestión adquiere especial relevancia en el mundo empresarial, donde el flujo de información va a ser utilizado no solo por la empresa, sino también por el resto de agentes que interactúan con ella. Todo esto se lleva a cabo a través del uso de nuevas estrategias comunicativas 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, y saber aplicar diferentes herramientas comunicativas como la narración de historias o *storytelling* y el discurso



del ascensor o *elevator pitch*. En todo este proceso resulta esencial desarrollar una actitud cooperativa y respetuosa en la forma de comunicarse, aprendiendo a argumentar, escuchar y a transmitir eficazmente lo que se pretende dar a conocer.

- Además, la globalización económica propia del siglo XXI implica que las empresas estén cada vez más internacionalizadas y se comuniquen con mayor frecuencia en otras lenguas. Para ello es fundamental que el alumnado se ejercite en el uso de distintos idiomas, comunicándose con corrección y autonomía ante diferentes situaciones.

OBX5. Realizar el análisis previsional del modelo de negocio diseñado, aplicando las herramientas de análisis empresarial necesarias para comprender el proceso llevado a cabo y validar la propuesta presentada.

- Las distintas herramientas de análisis empresarial aplicadas en diferentes momentos del proceso permiten obtener información útil para validar la propuesta del modelo de negocio. La validación se debe hacer en un escenario simulado concreto, ofreciéndole al alumnado una visión global de todo el proceso y, al mismo tiempo, permitiendo la rectificación de cualquier decisión adoptada hasta ese momento.

- La información obtenida, las decisiones adoptadas con su correspondiente justificación y los resultados procedentes de las herramientas de análisis utilizadas suponen la base para que el alumnado confeccione un plan de negocio básico.

- De este modo, se pretende que el alumnado empatee y se ponga en el lugar de la persona emprendedora, adquiriendo una perspectiva integral de todo el proceso llevado a cabo y que aprenda tanto de los aciertos como de los errores.

15.3. Criterios de evaluación y contenidos.

2º curso.

Materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio 2º curso	
Bloque 1. La empresa y su entorno	
Criterios de evaluación	Objetivos
• CE1.1. Comprender la importancia de la actividad empresarial y el emprendimiento en la economía actual, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y reflexionando sobre el valor de la innovación y la digitalización.	OBJ1
• CE1.2. 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.	OBJ1
• CE1.3. Valorar la capacidad de adaptación ágil, responsable y sostenible de las empresas a los cambios del contexto y a las exigencias del mercado, investigando el contexto económico y social y su influencia en la actividad empresarial.	OBJ2
• CE1.4. Conocer los distintos tipos de empresa, sus elementos y funciones, así como las formas jurídicas que adoptan relacionando cada una de ellas con la responsabilidad legal de sus propietarios y gestores y con las exigencias de capital.	OBJ2
• CE1.5. Identificar y analizar las características del contexto en el que la empresa desarrolla su actividad, explicando, a partir de estas, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad.	OBJ2



Contenidos	
<ul style="list-style-type: none"> • El empresario o la empresa. Perfiles. • La empresa. Clasificación. Localización y dimensión de la empresa. Marco jurídico que regula la actividad empresarial. • El contexto empresarial. Responsabilidad social corporativa. Mujer y emprendimiento. Inclusión y emprendimiento. • La empresa, digitalización e innovación. I+D+i. Teorías de la innovación. Tipos de innovación. Tendencias emergentes. Estrategias de innovación. 	
Bloque 2. El modelo de negocio y de gestión	
Crterios de evaluación	Objetivos
• CE2.1. Identificar y analizar las distintas políticas empresariales de gestión, contratación y formación de recursos humanos, valorando y reconociendo las actuaciones de las empresas en materia de igualdad e inclusión.	OBJ2
• CE2.2. Comprender el concepto de modelo de negocio como una forma de dar respuesta a las necesidades actuales, comparando distintos modelos, desde los más tradicionales a los más innovadores.	OBJ3
• CE2.3. Analizar las características organizativas y funcionales de la empresa, explicando, a partir de ellas, las decisiones de planificación, gestión y optimización de actividades, recursos y asociaciones clave de un modelo de negocio innovador.	OBJ3
• CE2.4. Analizar y tomar decisiones sobre los procesos productivos desde la eficiencia y la productividad, definiendo el soporte necesario para hacer realidad un modelo de negocio.	OBJ3
• CE2.5. Analizar y tomar decisiones sobre inversión y financiación, aplicando métodos de selección de inversiones y reconociendo las ventajas e inconvenientes de las distintas fuentes de financiación empresarial.	OBJ3
• CE2.6. Analizar las características del mercado, explicando, de acuerdo con ellas, la propuesta de valor, canales, relaciones con clientes y fuentes de ingresos de un modelo de negocio innovador.	OBJ3
• CE2.7. Analizar y explicar la situación económico-financiera de la empresa a partir de la información recogida en las cuentas anuales, indicando las posibles soluciones a los desequilibrios encontrados y analizando el impacto de los tributos que tiene que satisfacer la empresa.	OBJ5
Contenidos	
<ul style="list-style-type: none"> • Empresa y modelo de negocio. • La función comercial. Segmento de clientes. La propuesta de valor. Canales. Relaciones con clientes. Fuentes de ingresos. Estrategias de <i>marketing</i>. • La función productiva. Proceso productivo. Eficiencia y productividad. Actividades clave. Recursos clave. Asociaciones clave. Estructura de costes: clasificación y cálculo de costes. • La gestión de los recursos humanos. Formación y funcionamiento de equipos ágiles. 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. • La función financiera. Estructura económica y financiera. Inversión. Valoración y selección de inversiones. Recursos financieros. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa. • La información en la empresa: obligaciones contables. Composición y valoración del patrimonio. Cuentas anuales e imagen fiel. Elaboración del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias. 	



• Fiscalidad empresarial: principales tributos que gravan la actividad empresarial.

Bloque 3. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión

Criterios de evaluación	Objetivos
• CE3.1. Valorar la capacidad de adaptación ágil, responsable y sostenible de las empresas a las exigencias del mercado, explorando ideas, escenarios futuros y nuevos patrones y modelos de negocio.	OBJ2
• CE3.2. Conocer las distintas estrategias y herramientas de diseño creativo, aplicando estas a la generación de un modelo de negocio transformador que permita dar respuesta a las necesidades actuales.	OBJ3
• CE3.3. 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.	OBJ4
• CE3.4. Seleccionar estrategias de comunicación aplicadas al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas comunicativas que faciliten la gestión eficaz de la información y su transmisión.	OBJ4
• CE3.5. Conocer las herramientas necesarias que permitan exponer el proyecto de modelo de negocio, despertando el interés y cautivando a los demás con la propuesta de valor presentada.	OBJ4

Contenidos

- El lienzo de modelo de negocio y de gestión: concepto, áreas, bloques, utilidad y patrones de modelos de negocio.
- El punto de vista de los clientes: mapa de empatía.
- La creatividad aplicada al diseño del modelo de negocio y de gestión. El proceso de creatividad: divergencia y convergencia. Dinámicas de generación de nuevas ideas de modelos de negocio.
- La competencia y los nichos de mercado.
- Las herramientas de organización de ideas: pensamiento visual o visual *thinking*. Capacidad de síntesis. Ideación. Comunicación.
- El prototipado: concepto y utilidad. Posibilidades de prototipado: bienes, servicios y aplicaciones.
- Las herramientas de presentación de un proyecto o idea. Metodología: narración de historias o *storytelling* y el discurso en el ascensor o *elevator pitch*. Otras metodologías.
- Los escenarios: exploración de ideas, escenarios futuros y nuevos modelos de negocio.
- Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

Bloque 4. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación

Criterios de evaluación	Objetivos
• CE4.1. Validar la propuesta de modelo de negocio diseñado dentro de un contexto 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.	OBJ5
• CE4.2. Determinar previsionalmente la estructura de ingresos y costes, calculando su beneficio y umbral de rentabilidad a partir del modelo de negocio propuesto.	OBJ5
• CE4.3. Elaborar un plan de negocio básico sobre un escenario simulado concreto, justificando las decisiones tomadas.	OBJ5



Criterios de evaluación	Objetivos
• CE4.4. Determinar la estrategia de propiedad industrial de la empresa, estableciendo las líneas de actuación en materia de protección de idea, producto y marca.	OBJ5
• CE4.5. Valorar la situación económico-financiera de la propuesta presentada, analizando e interpretando la información recogida tanto en el balance como en la cuenta de pérdidas y ganancias e indicando las posibles soluciones a los desequilibrios encontrados.	OBJ5
Contenidos	
<ul style="list-style-type: none"> • El contexto del modelo de negocio. Previsión: tendencias clave. Macroeconomía: variables macroeconómicas. Competencia: fuerzas competitivas. • La evaluación previa de modelos de negocio: análisis DAFO, análisis previsional de ingresos y costes y el umbral de rentabilidad. • La validación del modelo de negocio. <i>Lean Startup</i>. Desarrollo de clientes. Desarrollo de producto ágil. • La protección de la idea, del producto y de la marca. • La toma de decisiones. Estrategias. Simulación en hoja de cálculo. Redacción de un plan de negocios básico. • El análisis de resultados: estudio de mercado, análisis e interpretación de la información contable y análisis de estados financieros. 	

15.4. Orientaciones pedagógicas.

La intervención educativa en la materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio desarrollará su currículo y tratará de asentar de manera gradual y progresiva los aprendizajes que faciliten al alumnado el logro de los objetivos de la materia y, en combinación con el resto de materias, una adecuada adquisición de las competencias clave y el logro de los objetivos de la etapa.

En este sentido, en el diseño de las actividades, el profesorado tendrá que considerar la relación existente entre los objetivos de la materia y las competencias clave a través de los descriptores operativos y las líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje que se presentan en los apartados siguientes, y seleccionar aquellos criterios de evaluación del currículo que se ajusten a la finalidad buscada, así como emplearlos para verificar los aprendizajes del alumnado y su nivel de desempeño.

Relación entre los objetivos de la materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio y las competencias clave a través de los descriptores operativos establecidos en el anexo I.

Objetivos de la materia	Competencias clave							
	CCL	CP	STEM	CD	CPSAA	CC	CE	CCEC
OBJ1	2			2-5	1.2-4	1	1-2	



Objetivos de la materia	Competencias clave							
	CCL	CP	STEM	CD	CPSAA	CC	CE	CCEC
OBJ2	2-3		4	1	2-5	4	1	
OBJ3	2-3		2-4		4	3	1	
OBJ4	1-3	1-2		3	4		2	
OBJ5				2-3	1.1-5		1-2-3	

Líneas de actuación en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

– El uso de distintos métodos que tengan en cuenta los diferentes ritmos de aprendizaje del alumnado, favorezcan la capacidad de aprender por sí mismo y promuevan el trabajo en equipo.

– La realización de proyectos significativos para el alumnado y la resolución colaborativa de problemas, reforzando la autoestima, la autonomía, la reflexión y la responsabilidad.

– El énfasis en la atención a la diversidad del alumnado, en la atención individualizada, en la prevención de las dificultades de aprendizaje y en la puesta en práctica de mecanismos de refuerzo tan pronto como se detecten estas dificultades.

– El uso de estrategias para trabajar transversalmente la comprensión lectora, la expresión oral y escrita, la comunicación audiovisual, la competencia digital, la igualdad de género, el fomento de la creatividad, del espíritu científico y del emprendimiento.

– La utilización de un enfoque teórico-práctico a través de una propuesta de modelo de negocio que permita abordar los distintos bloques de contenido, ponerlos en práctica y evaluar su viabilidad.

– El debate de cuestiones relativas a la responsabilidad social corporativa, la inclusión o el papel de las mujeres emprendedoras y la promoción entre las mujeres de negocios con bases diferentes a los del sector servicios.

– El énfasis en que el alumnado se convierta en el verdadero protagonista del proceso de toma de decisiones, investigando para disponer de la información necesaria que le permita redactar y comunicar un plan básico de empresa.

