

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

Curso: 2025-26 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 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).

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/squit/?q=grados&d=g_b_examenesanteriores.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. Una empresa andaluza está estudiando el comportamiento de su productividad. Esta empresa fabrica dos productos, sofás y aparadores, produciendo en 2023 un total de 1.200 sofás y 3.000 aparadores. El precio de venta de cada sofá es de 500 euros, mientras que el de cada aparador es de 250 euros. Para llevar a cabo su producción, la empresa contó con una plantilla de 15 personas que trabajaron, cada una, 240 días, con una jornada laboral de 8 horas diarias, y utilizó 1.300 unidades de materiales. El coste laboral fue de 25 euros la hora de trabajo, mientras que cada unidad de materiales tuvo un coste medio de 90 euros. En 2024 la producción de sofás disminuyó en 150 unidades, mientras que la de aparadores aumentó en un 15%. Por otro lado, el personal empleado trabajó este año 300 días, aunque con una jornada laboral de 6 horas diarias, y el consumo de materiales disminuyó un 25%. Se pide:

- Calcule la *productividad global* de cada año.
- Calcule y explique *cómo ha evolucionado la productividad* de un año a otro.

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

PROBLEMA 2. La empresa *Los peces del río*, dedicada a la comercialización de productos ecológicos, ha vendido 18.000 unidades en 2024 a un precio de 15 euros por unidad, con unos costes totales de 225.000 euros. Su patrimonio neto es de 50.000 euros y su activo total asciende a 200.000 euros. Ha pagado un 8% de interés sobre los recursos ajenos y la tasa impositiva es del 25%.

- Calcule la *rentabilidad económica*.
- Calcule la *rentabilidad financiera*.

SEGUNDA PARTE: PREGUNTAS COMPETENCIALES SOBRE LA TEORÍA

Bloque A. La actividad emprendedora y el emprendimiento. Elija UNA pregunta de las dos propuestas.
A.1. <i>Pepsi</i> ha lanzado al mercado el <i>Pepsi Ring</i>, un anillo de edición limitada diseñado para combinar moda urbana y funcionalidad, que permite abrir una lata de <i>Pepsi</i> de manera fácil sin que la manicura se vea afectada. Este anillo ha sido creado por el centro de innovación y diseño de <i>PepsiCo</i> e incorpora un abridor en la parte inferior, diseñado específicamente para abrir una lata de <i>Pepsi</i>. Se trata de una respuesta directa a las preocupaciones de los usuarios, que han venido compartiendo en redes sociales cómo el simple acto de abrir una lata se puede convertir en un inconveniente, al arruinar la manicura mientras buscan disfrutar de un refresco. La marca ha lanzado este producto bajo el lema “Larga vida a las uñas” y su embajadora es la artista Bad Gyal, que fue quién originó en <i>Instagram</i> este movimiento, al mostrar cómo se había roto una uña al intentar abrir una lata, lo que hizo que muchas seguidoras de la artista postearan situaciones similares. Noticia extraída de https://www.elpublicista.es/anunciantes/pepsi-lanza-anillo-salvara-tus-unas-abrir-lata (29 de noviembre 2024). a) ¿Ha desarrollado <i>Pepsi</i> una estrategia de innovación? ¿Por qué? b) ¿Qué tipo de innovación sería?
A.2. Carmen tiene una formación envidiable y una gran experiencia profesional, fruto de llevar mucho tiempo trabajando en una empresa centrada en la asesoría fiscal. Sin embargo, ha detectado que su remuneración es inferior a la de otros compañeros varones con puestos de igual responsabilidad y desempeño al de ella. Además, encuentra dificultad para promocionarse en la empresa, sintiendo que los obstáculos que encuentra puede que no estén relacionados con su desempeño y capacidad. Explique dos de las dificultades que han podido impedir que la remuneración de Carmen sea igual a la de sus compañeros varones.

Bloque B. El entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial. Elija UNA pregunta de las dos propuestas.
B.1. Laura y sus dos hijos quieren formar una sociedad dedicada a la venta de productos de ferretería. Con este fin, aportan bienes y dinero por valor de 62.000 euros. Ana pone una serie de condiciones a sus hijos para formar la sociedad con ellos: solo arriesgarán el patrimonio que aporten al negocio y, si alguno de los socios quisiera salir de él, los otros tendrían preferencia para comprar su participación, evitando, de esta forma, la entrada de personas ajenas a la familia. a) ¿Qué tipo de sociedad cree que les conviene constituir? Razone su respuesta. b) Indique una característica adicional de esta sociedad que deban tener en cuenta, al margen de la información ofrecida en el enunciado. c) ¿Qué forma jurídica podrían emplear si estableciesen como requisito la libertad para la entrada y la salida del capital social?
B.2. <i>Álvaro Moreno S.L.</i> es una empresa referente dedicada al comercio al por menor de moda masculina, que surge tras la aventura empresarial de un joven con experiencia en el sector. <i>Álvaro Moreno</i> apuesta por hacer “moda de kilómetro cero” desde la sede central de Osuna (Sevilla), donde se centralizan todas las gestiones de compras, ventas, logística y organización de todos los puntos de venta. Actualmente, cuenta con 64 puntos de venta repartidos por el territorio nacional y venta online, a través de su página web, con envíos a todo el mundo. En el año 2023, la cifra de negocio superó los 91 millones de euros de facturación, contando con más de 700 empleados. En base a la información anterior, clasifique a la empresa según el tamaño, sector de actividad, propiedad del capital, ámbito de actuación y forma jurídica.

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

C.1. Indique si cada una de las siguientes situaciones describe una **fuentes de reclutamiento** interno o externo y explique algún aspecto positivo y negativo de cada una de tales fuentes de reclutamiento.

- a) Jimena logró su empleo porque la llamaron de una empresa a la que había remitido su currículum vitae.
- b) Después de cuatro años trabajando en el banco, Ana ha sido nombrada interventora de una sucursal.

C.2. Mario es un joven andaluz que, una vez terminados sus estudios, ha sido contratado por una empresa. Transcurrido su primer mes de trabajo, ha comprobado que le han ingresado en la cuenta 1.200 euros y no los 1.500 euros que figuraban como salario en su contrato. Ha consultado su nómina y se ha fijado que le han descontado dos importes.

- a) Explique qué es una nómina.
- b) ¿Qué dos conceptos le han podido descontar?

C.3. Una empresa que vende lámparas está preparando estrategias de su **política de promoción o comunicación** para el próximo semestre. Entre otras opciones, durante el mes de marzo prevé regalar las bombillas con la compra de cada lámpara. Por otro lado, tiene previsto anunciar sus lámparas en la principal cadena de radio de la ciudad durante todo el semestre. En base a lo anterior, especifique qué estrategias tiene previsto utilizar y ponga un ejemplo de otra que pudiera usar.

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

Elija UNA pregunta de las dos propuestas.

D.1. Tres jóvenes graduadas acaban de crear su propia marca de ropa playera, cómoda, bonita, asequible y fabricada con tejidos naturales (transpirable, alergénico, alta calidad, etc.). Proponga y explique brevemente cuatro ideas basadas en esta información para **diferenciarse** de la competencia y así lograr **posicionarse en el mercado**.

D.2. La empresa *DIGADULT S.A.* ha diseñado una aplicación digital que permite a su clientela (generalmente personas adultas próximas a la jubilación) realizar operaciones comerciales, solicitar servicios de salud, contactar con familiares o similar, etc., de una forma segura, cómoda y con facilidad. A tenor de la información suministrada, se trata de ayudar a esta empresa a realizar su **lienzo de negocio (canvas)** en sus apartados de *segmentos de clientes*, *socios clave* y *propuesta de valor*.

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. *CAMIONSUR S.A.* es una empresa de transporte de mercancías por carretera desde hace más de 10 años. Para llevar a cabo su plan de expansión está considerando realizar una renovación de parte de su flota de camiones. El director financiero está considerando la utilización de varias **fuentes de financiación**, dada su marcada inclinación por la diversificación financiera. Así, tiene a su disposición realizar una ampliación de capital por el 45 % de la inversión, un préstamo bancario con vencimiento de 8 años para cubrir el 20 %, destinar unas reservas para financiar otro 20 % y un leasing durante 5 años para el resto de la inversión.

Clasifique las fuentes de financiación utilizadas por la empresa usando criterios de titularidad, procedencia y plazo de exigibilidad.

E.2. Una pequeña empresa familiar se plantea pedir **financiación a corto plazo**. Si las ventas van según lo previsto, no necesitará disponer de toda la financiación durante todo el período, sino de parte de ella. Ante esta situación, ¿aconsejaría a la empresa solicitar un préstamo o un crédito? Justifique su respuesta en base a las ventajas y desventajas de cada fuente financiera.

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 0,7 puntos por la formulación completa correcta y cálculo correcto de cada productividad (1,4 en total); b) 0,4 puntos por la formulación completa correcta y cálculo de la tasa de variación + 0,2 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 0,5 puntos (BAII hasta 0,25 puntos y RE hasta 0,25 puntos); b) hasta 1,5 puntos (Pasivo: 0,25 puntos, Intereses: 0,25 puntos, BAI: 0,25 puntos, Impuestos: 0,25 puntos; BN: 0,25 puntos y RF: 0,25 puntos).

SEGUNDA PARTE: PREGUNTAS COMPETENCIALES SOBRE LA TEORÍA

Bloque A. La actividad emprendedora y el emprendimiento. Elija <u>UNA</u> pregunta de las dos propuestas.
RÚBRICA A.1. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; a) 0,5 puntos si responde con claridad, coherencia y cohesión a la cuestión; b) 0,5 puntos si responde con claridad, coherencia y cohesión a la cuestión.
RÚBRICA A.2. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; 0,5 puntos por cada una de las dos dificultades detectada si responde con claridad, coherencia y cohesión a la cuestión.

Bloque B. El entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial. Elija <u>UNA</u> pregunta de las dos propuestas.
RÚBRICA B.1. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; a) 0,4 puntos si responde con claridad a la cuestión; b) 0,3 puntos si responde con claridad; c) 0,3 puntos si ofrece una opción correcta.
RÚBRICA B.2. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; 0,2 puntos por responder bien a cada uno de los cinco criterios de clasificación.

Bloque C. El modelo de negocio y de gestión. Elija <u>DOS</u> pregunta de las tres propuestas.
RÚBRICA C.1. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; hasta 0,1 puntos por clasificar adecuadamente cada una de las dos (0,2 puntos en total) fuentes de reclutamiento; 0,2 puntos por cada ventaja e inconveniente (0,8 puntos en total), y si solo lo cita pero no explica 0,1 punto.
RÚBRICA C.2. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; a) hasta 0,5 puntos si responde con claridad, coherencia y cohesión; b) 0,5 puntos por identificar ambos conceptos (0,25 por cada concepto).

RÚBRICA C.3. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; 0,4 puntos por identifica cada estrategia (0,8 en total); 0,2 puntos por la propuesta de otra estrategia.

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; hasta 0,25 puntos si explica con claridad, coherencia y cohesión cada una de las cuatro ideas diferentes pedidas (0,1 punto si solamente nombra en qué se basa, pero no la explica adaptada al negocio concreto).

RÚBRICA D.2. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; 0,3 puntos por aportar sugerencias correctas en uno de los apartados, 0,6 puntos por hacerlo en dos y 1 punto por hacerlo en los tres, pidiendo un mínimo de dos opciones en cada uno.

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; 0,25 puntos por cada una de las cuatro fuentes financieras correctamente clasificadas según los criterios solicitados. No se puntúa términos intermedios, requiriéndose que estén bien definidos los tres criterios para cada fuente.

RÚBRICA E.2. Suma hasta 1 punto en total distribuidos así: 0 puntos si contesta incorrectamente o no contesta; 0,2 puntos por elegir la fuente correcta; 0,4 puntos por analizar cada una de las dos (0,8 en total) fuentes financieras con claridad, coherencia y cohesión.

ANEXO DE CUENTAS CONTABLES

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