

prever y controlar los riesgos intrínsecos a la propia actividad derivados de la utilización de los equipamientos, el entorno o la propia actuación de los participantes.

EMPRESA Y DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO

El mundo de la empresa está presente a diario en los medios de comunicación, forma parte de la vida de millones de trabajadores y empresarios, y repercute en todos los hogares. Esto se debe a que dichas organizaciones juegan un papel fundamental en el desarrollo de las sociedades. La empresa se configura como pieza clave en la creación de valor, hecho que consigue mediante la coordinación del proceso de producción y la asunción del riesgo que ello conlleva. Pero más allá de esas consideraciones puramente económicas, tiene una función social que es igualmente importante y que se resume en la búsqueda del bienestar individual y colectivo. Por todo ello, el alumnado debe conocer esta realidad como paso previo para entender el funcionamiento del conjunto de la economía y de la sociedad que la engloba.

La materia de Empresa y Diseño de Modelo de Negocio contribuye a dar respuesta a todos estos retos. Dicha materia, configurada como de modalidad de segundo de Bachillerato en la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales, tiene como finalidad que el alumnado estudie y analice las respuestas a los problemas que se plantean en el seno de las empresas y que conozca sus nuevas formas de gestión y administración, con un enfoque actualizado y, sobre todo, adaptado a la realidad, considerando que la innovación es el motor de un negocio y que, en muchos casos, determina su supervivencia. Lo anterior está en consonancia con lo recogido en la Recomendación del Consejo de 22 de mayo de 2018 relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente, donde se recoge que las personas deben comprender la economía y las oportunidades sociales y económicas, así como las dificultades a las que se enfrenta una empresa, una organización o la sociedad. Todo ello contribuye a que el alumnado pueda adquirir, por un lado, la madurez, conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan incorporarse a la vida activa con responsabilidad y aptitud, y por otro, las competencias para su futuro formativo y profesional, tal y como queda reflejado en la finalidad de la citada etapa que consagra la LOMLOE; y esto se consigue aproximando al alumnado al conocimiento de la empresa como catalizador clave del crecimiento económico, la innovación, el empleo y la integración social, y el fomento de una cultura empresarial que potencie la creatividad y el espíritu de innovación, la reflexión crítica y la toma de decisiones.

Por todo ello, esta materia contribuye a alcanzar los objetivos de la etapa educativa de Bachillerato, que en un marco curricular como el presente, están tan vinculados a las competencias clave que se persiguen desde la materia, dibujando un perfil competencial con el que poder enfrentarse con garantías a los principales retos del siglo XXI, muchos de los cuales tienen una íntima relación con las competencias específicas de la materia, como son el consumo responsable, la resolución pacífica de conflictos, el respeto al medioambiente o el compromiso ante las situaciones de inequidad o exclusión.

Por otra parte, esta materia está íntimamente relacionada con otras que se estudian en cursos y etapas anteriores, como Economía y Emprendimiento (en cuarto de ESO), Economía, Emprendimiento y Actividad Empresarial (en primero de Bachillerato General) y Economía (en primero de Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales), en las cuales se trabajan competencias específicas, saberes, situaciones de aprendizajes y criterios de evaluación afines y complementarios a las de esta materia.

El enfoque didáctico que adopta la materia debe centrarse en una perspectiva teórico-práctica, aplicando los saberes a la realización de un proyecto de modelo de negocio y al análisis de casos e investigaciones sobre la realidad empresarial, usando para ello métodos y procedimientos rigurosos de observación e investigación. Todo ello favorecerá la capacidad del alumnado para aprender por sí mismo y trabajar en equipo, siempre teniendo en cuenta que las capacidades y necesidades pueden ser dispares. Este enfoque deberá recoger igualmente aquellos elementos que se encuentran de forma transversal en cualquier etapa educativa, y que deben estar presentes en todas las materias, especialmente los relacionados con la competencia emocional, el desarrollo sostenible y el medioambiente, y por encima de todas ellas, la capacidad emprendedora.

La presente concreción curricular no está formada por elementos aislados, sino que se integran para dar sentido a los aprendizajes que de ellos se derivan. De forma más concreta, la materia propone la adquisición de competencias específicas relacionadas con el descubrimiento de la importancia que la actividad empresarial y el emprendimiento tienen en la transformación social; con el conocimiento del entorno próximo y el global para saber cómo influye en la actividad empresarial; con entender el funcionamiento y estructura interna de las empresas cuyo fin es generar beneficios económicos y sociales. De esta forma, el alumnado estará en condiciones de comprender nuevos modelos de negocio que utilizan herramientas innovadoras y, así, valorar la importancia de la estrategia comunicativa y comercial de las empresas, lo mismo que la relevancia de apostar por nuevas fórmulas y gestionar la información que se genera, tanto propia como sobre sus productos, de modo que sirva para que clientes, accionistas, trabajadores, acreedores o el propio Estado, entre otros, tomen decisiones que repercutan positivamente en la sociedad y en la empresa. Por último, el alumnado se aproximará al diseño y elaboración de proyectos de empresa con creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor, para generar un prototipo viable y sostenible que solucione un problema determinado.

Todas estas competencias están íntimamente conectadas entre sí, de modo que el alumnado tenga más fácil el alcanzar las competencias clave. Además, también hay una necesaria coherencia con otras materias del curso en el que se ofrece, y con las que comparte unos principios básicos y herramientas comunes, sin las cuales sería imposible construir, en la etapa de Bachillerato, un itinerario como el de Humanidades y Ciencias Sociales.



Para el desarrollo de estas competencias específicas se proponen unos saberes básicos organizados en bloques de contenidos y secuenciados de forma lógica. En primer lugar, se centrarán en la figura del empresario y emprendedor que actúa dentro de un entorno característico. En segundo lugar, se analizarán las diferentes áreas funcionales de la empresa dentro de un modelo de negocio. En el tercer bloque se estudiarán nuevos patrones de modelos de negocio, en comparación con los modelos más tradicionales. En el cuarto bloque, se hará referencia a los recursos y herramientas necesarias para el desarrollo de los distintos modelos de negocio. En el quinto bloque, se analizará cómo el entorno puede condicionar el éxito o el fracaso del modelo propuesto. En última instancia, se intentará aplicar dicho modelo a la realidad.

El objeto de todos esos aprendizajes es que el alumnado pueda desarrollar un proyecto de negocio que tenga como función producir bienes y servicios para el mercado en situaciones determinadas de competencia y capacidad financiera, eligiendo para ello una forma jurídica. En entornos cambiantes y diferentes, la flexibilidad y la adaptación a las transformaciones tecnológicas, legales y de otro tipo se consideran fundamentales para la toma de decisiones éticas y responsables en cada momento.

Para que todos los elementos curriculares queden integrados, es necesario tener en cuenta las diferentes situaciones de aprendizaje posibles que permitan la construcción de un aprendizaje con autonomía, responsabilidad, iniciativa, respeto y creatividad, y que simultáneamente favorezcan la adquisición y desarrollo de las competencias específicas.

Finalmente, los criterios de evaluación establecidos para esta materia van dirigidos a conocer el grado de desarrollo de las competencias específicas que el alumnado haya adquirido, esto es, el desempeño a nivel cognitivo, instrumental y actitudinal, respecto a los saberes propuestos que serán aplicados a los ámbitos personal, social y académico, con una futura proyección profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Analizar la importancia que la actividad empresarial y el emprendimiento tienen en el funcionamiento global de la economía y la transformación de la sociedad, reconociendo el papel que juegan la innovación y la digitalización en este proceso.

Es fundamental que el alumnado conozca el papel que el emprendimiento y las empresas han jugado, juegan y jugarán en la transformación y modernización de la sociedad. El estudio de la realidad desde una perspectiva económica permite que el alumnado pueda comprender mejor el entorno que lo rodea, para así poder contribuir a su conservación y mejora con más garantías. Dado que la incorporación rápida de las nuevas tecnologías y sus aplicaciones tienen un papel fundamental en el proceso de modernización de la es-



tructura productiva global, la estructura económica y la propia sociedad en su conjunto, es fundamental que el alumnado comprenda la importancia de que las empresas innoven constantemente en estos ámbitos.

Este conocimiento de la realidad social y el entorno permite que el alumnado pueda tomar decisiones que permitan mejorar tanto sus propias vidas como el entorno en el que se desarrollan.

Tras cursar la materia, el alumnado será capaz de comprender y valorar la importancia que tienen las empresas en el desarrollo y modernización de las sociedades, así como el papel que juegan la innovación y la digitalización en dicho cambio. Además, deberá reconocer y valorar esa transformación en su entorno más cercano, como el personal, familiar o educativo.

2. Investigar el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial para valorar la capacidad de adaptación ágil de las mismas tanto a los cambios rápidos del entorno como a las exigencias del mercado y la sociedad actual, y apostar por alternativas viables, asumiendo valores basados en la sostenibilidad y responsabilidad social y medioambiental.

El alumnado debe entender que las empresas no son ajenas a lo que sucede en la sociedad, pues ambas se afectan mutuamente. Por ello es imprescindible comprender cómo los elementos que los rodean, tanto del microentorno como del macroentorno, van a influir en las decisiones estratégicas que adopten.

Además, es necesario que el alumnado reconozca la responsabilidad que tienen las empresas frente a la sociedad, diferenciando aquellas actuaciones que respetan el medio social o ambiental, de aquellas otras que inciden en el agotamiento de recursos, la precariedad, la desigualdad y los conflictos. Por ello es fundamental que los estudiantes sepan valorar el esfuerzo que realizan aquellas empresas que fomentan una responsabilidad social corporativa (RSC) que minimiza estos desajustes y que, además, procuran recoger dentro de su actividad los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como propuesta de valor para lograr una sociedad más equitativa, sostenible y respetuosa con el medio natural y social, sin perder la agilidad y la calidad que demanda la sociedad actual, dando así respuesta a algunos de los retos más importantes del siglo XXI.

Tras cursar la materia, el alumnado será capaz de identificar los distintos elementos que configuran el entorno cercano y lejano de una empresa, y cómo dichos elementos condicionan su propia existencia y funcionamiento. Además, podrá identificar y valorar las conductas empresariales responsables con la sociedad y el medioambiente, en contraposición con aquellas otras que ponen en peligro el desarrollo sostenible demandado por la sociedad actual.



3. Identificar las principales funciones de las estructuras organizativas, con las que poder diseñar, con creatividad y espíritu transformador, un modelo de negocio innovador que permita dar respuesta a las necesidades actuales, reconociendo y comparando patrones de modelos de negocio tradicionales con otros actuales y novedosos.

Las empresas son organizaciones formadas por diferentes elementos relacionados que permiten su funcionamiento. Todas ellas cuentan con distintas áreas funcionales (producción, comercial, financiera, etc.) que son los ejes fundamentales sobre los que se asienta cualquier modelo de negocio, desde el más tradicional al más novedoso.

El alumnado debe comprender que esa estructura sirve a una finalidad, que no es más que la producción de bienes o servicios que puedan satisfacer las necesidades de los potenciales clientes con el objetivo de obtener beneficios económicos en condiciones de riesgo. Para ello la empresa se encarga de planificar, buscar y gestionar los recursos necesarios, tanto materiales como humanos y económicos, y en última instancia, controlar que ese proceso se produzca correctamente. Un ejemplo claro de la importancia de que estén bien marcadas esas funciones y relaciones se puede encontrar en instituciones cercanas al alumnado, como por ejemplo el propio centro educativo, donde pueda reconocer, de manera directa, la importancia de una buena estructura organizativa en la consecución de unos fines u objetivos.

Los alumnos y alumnas deben comprender que las empresas son parte importante de la sociedad y, por esa razón, la transformación y el desarrollo continuo de esta última deben ir acompañados de un cambio similar en los modelos de negocio que intentan dar respuesta a cada una de sus inquietudes y que originan nuevos patrones, como aquellos que se basan en la gratuidad (freemium), los de larga cola (long tail), y los que se basan en múltiples plataformas o en aplicaciones móviles. Una vez que el alumnado conozca esos nuevos modelos, estará en disposición de diseñar los suyos propios a través de la creatividad y el espíritu innovador. Esta acción será fundamental para las empresas que quieran dar respuesta a las necesidades de los consumidores de hoy, cada vez más exigentes y comprometidos, obligándolas así a reinventarse para adaptarse a un entorno altamente competitivo. La capacidad de adaptación e innovación de las empresas será la clave que determinará su supervivencia y su éxito.

Tras cursar la materia, el alumnado será capaz de identificar las distintas estructuras empresariales existentes y los modelos de negocio que las sustentan, tanto las más usuales como las más novedosas, así como comprender la necesidad de que dichas estructuras estén bien organizadas y gestionadas. De la misma forma, entenderán que los recursos humanos, financieros y materiales que las sostienen deben localizarse, organizarse y gestionarse de la mejor manera posible, para así alcanzar con mayores garantías el objetivo



propuesto. En relación con la gestión de los citados recursos (especialmente los humanos y los financieros), el alumnado también comprenderá el papel que cada área funcional juega en tal misión.

4. Valorar y seleccionar estrategias comunicativas eficaces y respetuosas de aplicación al mundo empresarial, conociendo y justificando el uso de nuevas fórmulas y gestionando la información que se genera tanto dentro de la empresa como fuera, para facilitar el proceso de toma de decisiones interno y de terceros.

Dentro de una sociedad como la actual, una de las armas competitivas más decisivas de cualquier organización, empresarial o no, es la correcta gestión de la información, pues de esa forma se puede conseguir un conocimiento útil de cara a la toma de decisiones.

El alumnado debe entender la importancia de utilizar estrategias comunicativas en las empresas para facilitar el intercambio de información de una forma eficaz y ágil, que contribuya, además, a que las decisiones se adopten desde el conocimiento útil con el menor riesgo posible. El alumnado debe aprovechar el conocimiento de estas estrategias aplicadas al mundo empresarial para entrenar la exposición oral o escrita de información relacionada con este ámbito y participar en interacciones comunicativas con actitud cooperativa y respetuosa al intercambiar información, crear conocimiento y argumentar opiniones al respecto.

Por otro lado, en una sociedad y un mercado globalizados, tan marcado por procesos de integración y de cooperación internacional, las empresas deben mirar hacia el exterior y tomar contacto con otras realidades sociales (de ámbito empresarial o no). Esto hace que se requieran personas competentes en el uso de distintas lenguas, que puedan comunicarse con corrección y autonomía en distintas situaciones y aprovechar esta condición para lograr oportunidades de colaboración entre organizaciones, empresas y personas.

Tras cursar la materia, el alumnado será capaz de identificar las principales herramientas comunicativas que se desarrollan en el ámbito empresarial, especialmente las que afectan al ámbito de la mercadotecnia y la información contable. De la misma forma, podrá aplicar esas destrezas para aprovecharlas en diversas situaciones, ya sean propias del mundo empresarial, como las relaciones con socios, inversores, clientes u organismos oficiales o bien las que se generan en su propio entorno más cercano, ya sea educativo o no, como con compañeros de clase, profesorado o familia.

5. 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.



Las competencias propias de esta materia estarían incompletas si no se incluyese una competencia que aglutinase a todas las ya descritas con anterioridad, y que consistiría en que el alumnado idease un proyecto o propuesta propia, que siguiese todas las fases y que terminase con su evaluación y validación en el entorno en el que pretende introducirse, empleando todos los recursos y elementos necesarios, así como todas las herramientas creativas a su alcance y que le permitiese además analizar qué ocurre en un contexto determinado. El desarrollo de esta competencia implica la experimentación y puesta en práctica de los saberes en diversos proyectos.

Toda la información obtenida, las decisiones tomadas y los resultados de las herramientas de análisis utilizadas suponen la base para que el alumnado confeccione un plan de negocios básico. Solo así el alumnado podrá ponerse en la piel de una persona emprendedora. Además, la información obtenida durante todo el proceso les permitirá aprender y tomar nuevas decisiones con el fin de enfrentarse a las exigencias del entorno y a su propia competencia, para así seguir evolucionando y mejorando. De esta manera, todo el proceso formará parte de su aprendizaje, tanto en los éxitos como en los fracasos.

Tras cursar la materia, el alumnado será capaz de investigar y valorar proyectos de negocio ajenos y aprovechar esos conocimientos para poder idear proyectos propios que irán construyendo durante todo el curso y que terminarán con su validación, ya sea interna o externa. De la misma forma, aprenderán a aprender de los aciertos y errores como modo de madurar y mejorar en sus aptitudes personales y profesionales, tal y como se ven obligados a hacer diariamente multitud de emprendedores.

CONEXIONES ENTRE COMPETENCIAS

Las competencias específicas de la materia están diseñadas y secuenciadas con coherencia, de modo que contribuyan de manera efectiva a que el alumnado alcance las competencias claves que le permitan interactuar en una sociedad como la actual. Por ello, establecemos a continuación tres tipos de conexiones: entre las competencias específicas de la materia, en primer lugar; con competencias específicas de otras materias, en segundo lugar, y entre la materia y las competencias clave, en tercer lugar. Se trata de relaciones significativas que permiten promover aprendizajes globalizados, contextualizados e interdisciplinares.

En cuanto a las relaciones entre las seis competencias específicas, sería imposible impartir una materia como esta sin entender el papel que ha tenido la actividad empresarial y emprendedora en la modernización de las sociedades (competencia específica 1). Una influencia que ha sido mutua, ya que el entorno económico y social también condiciona las reglas de juego con las que se desarrolla la actividad empresarial (competencia específica 2). Ese aprendizaje es esencial para que la empresa pueda diseñar su propia estructura y gestión. Por eso es de vital importancia que el alumnado conozca las principales herramientas de gestión que



crearán un modelo de negocio, y en este punto, y dado que la sociedad del siglo XXI demanda nuevas formas de actuación, se hace necesario comparar los modelos de negocios más novedosos e innovadores con los más tradicionales (competencia específica 3). Por tanto, todas estas competencias inciden en capacidades similares, que pasan por saber identificar la información que emana de la sociedad y encontrar oportunidades e ideas en beneficio propio y del entorno. Todas estas capacidades se pueden alcanzar a través de unas situaciones de aprendizaje que fortalezcan dicha coherencia y partiendo de unos saberes básicos comunes, que pasan por identificar la figura del empresario y emprendedor como pieza fundamental en el desarrollo del entorno concreto y de la sociedad.

La interacción eficaz entre el ámbito empresarial y el entorno socioeconómico solo puede ser efectiva con unas estrategias de información y comunicación adecuadas y respetuosas (competencia específica 5). De ahí la indudable conexión entre todas ellas, fundamentales para poder dar respuesta a algunos de los retos del siglo XXI.

En última instancia, y como aparece en la competencia específica 6 de la materia, todas esas capacidades citadas permitirán que el alumnado comprenda la importancia de diseñar y elaborar proyectos creativos e innovadores de negocio, los cuales deben dar soluciones a demandas del entorno, de modo que permitan que la sociedad se desarrolle. Se trata de una competencia que engloba a las demás y a través de la cual se organizan los bloques de saberes y se despliegan las distintas actividades de aprendizaje que le dan sentido.

La cohesión entre las competencias específicas también facilita que haya una necesaria coherencia con otras materias del itinerario en el que se ofrece. En primer lugar, dicha coherencia se da necesariamente con la materia de Economía, que se imparte en el primer curso del citado itinerario y con la que comparte competencias, saberes y situaciones de aprendizaje, de modo que ambas se complementan a la perfección para alcanzar las capacidades que se muestran en el último párrafo de este punto de forma más eficiente. De forma similar, esos citados nexos se dan con materias análogas que se imparten en otras modalidades de Bachillerato, como es el caso de Economía, Emprendimiento y Actividad Empresarial dentro del Bachillerato General.

Por otra parte, se puede hacer extensible dicha coherencia a otras materias del mencionado itinerario educativo. De esta manera, comparte con la materia de Geografía su interés por explorar las interacciones entre las personas y el territorio, una interdependencia que juega un papel fundamental en el entorno donde el proyecto empresarial se quiere abrir paso, especialmente dentro de un mundo globalizado e integrado. Para la utilización de ciertas herramientas de gestión empresarial es imprescindible que el alumnado desarrolle destrezas y métodos que se observan desde materias como Matemáticas Aplicadas a las Ciencias Sociales, con las que comparte el interés por el razonamiento, la resolución de problemas, la representación, la modelización y el contraste de hipótesis.



De la misma forma, también son indudables las conexiones con las materias comunes a cualquier modalidad de Bachillerato. Con Lengua Castellana y Literatura comparte la necesidad de utilizar estrategias comunicativas eficaces, así como la gestión de la información. Además, desde ambas materias se trabaja su transmisión mediante exposiciones orales y escritas, siempre con actitud cooperativa y respetuosa. Resulta complicado hacer un análisis de la sociedad actual y de los retos que plantea sin saber cómo ha evolucionado y superado las distintas amenazas a las que ha estado sometida. Gran parte de la transformación social que ha vivido la sociedad española en los últimos tiempos, y que por tanto se observan desde la materia de Historia de España, ha venido de la mano de la actividad empresarial y el emprendimiento.

En última instancia, las competencias específicas de la materia ayudarán a que el alumnado alcance las competencias clave de la etapa.

En primer lugar, hay que destacar que la competencia que se trabaja con más intensidad es la emprendedora, a través de la creación de ideas o proyectos que creen valor en la sociedad, detectando necesidades y oportunidades que surjan del entorno y actuando de manera ética, crítica y constructiva para sortear los riesgos e incertidumbres inherentes a tal actividad. Esta competencia le da sentido a la propia materia, pues en ella se trabaja directa y continuamente con dichas ideas y proyectos.

La competencia en comunicación lingüística se afianza mediante la utilización de estrategias comunicativas ágiles, de forma que se genere una interacción cooperativa y respetuosa. La búsqueda y gestión de información fiable y su posterior utilización para dar respuesta a una demanda planteada por la sociedad, se hacen absolutamente imprescindibles para que el proyecto empresarial tenga éxito.

La competencia plurilingüe también se trabaja desde la presente materia, especialmente debido a los requerimientos que exige un mundo como el actual, sometido a continuos movimientos de integración que se van solapando sobre la base de la globalización. La necesidad de interacción con otras sociedades demanda que los distintos proyectos de emprendimiento cuenten con personas que sean competentes en otras lenguas y realidades. Y no solo se centra en el conocimiento de esas realidades, sino también en su respeto, tal y como persigue la competencia en conciencia y expresión culturales, pues no sería concebible, ni socialmente aceptable, un proyecto que interfiera en la riqueza cultural que emana de los distintos pueblos.

La competencia matemática y la competencia en ciencia, tecnología e ingeniería también están presentes, pues para la utilización de ciertas herramientas de gestión empresarial, o de evaluación del plan de negocio, se requieren destrezas propias del razonamiento matemático. Además, para la realización de proyectos de empresa innovadores es necesario adquirir unas destrezas básicas en el campo de la ciencia y la tecnología.

La presente materia también persigue que el alumnado sea competente en el ámbito digital, promoviendo un uso responsable de las tecnologías, especialmente en lo referente a las búsquedas de información en internet. Tampoco se pueden obviar su contribución a la adquisición de la competencia personal, social y de aprender a aprender, pues incide en que el alumnado desarrolle una personalidad autónoma, que le permita aprender por sí mismo y adoptar modelos de participación en la sociedad sostenibles y respetuosos, engarzando así la citada competencia clave con la ciudadana.

SABERES BÁSICOS

Para que el alumnado pueda alcanzar las competencias específicas de la materia, y por tanto las competencias clave, es imprescindible que adquiera unos saberes básicos relacionados con el conocimiento de las empresas, dentro de un enfoque completo y actualizado, como paso previo e imprescindible para llegar a entender el funcionamiento del conjunto de la economía y la sociedad, respondiendo así a algunos de los retos y desafíos del siglo XXI, y que pasan por promover un compromiso ciudadano en el ámbito local y global, centrarse en el conocimiento como motor de desarrollo, o fomentar unas conductas saludables y responsables dentro del ámbito social y medioambiental.

La empresa es esencial en los procesos de desarrollo de las sociedades. Es primordial cultivar y fomentar una cultura y forma de pensar empresarial para que se ejerza la creatividad, el respeto y la competencia emprendedora, que permitirán al alumnado afrontar los citados retos como ciudadanos responsables. Esta necesidad formativa es cubierta por la materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio, cuyo currículo está planificado de forma que el alumnado desarrolle un conjunto de competencias que no sería posible sin haber adquirido y vertebrado antes unos saberes básicos, diseñados y secuenciados para tal fin en seis bloques.

Para empezar, dichos saberes se centrarán en la figura que pone en marcha un proyecto empresarial o emprendedor, es decir, el sujeto que arriesga y lleva a cabo dicha actividad, dentro de un contexto de responsabilidad con el entorno, siendo consciente de las tendencias cambiantes y de la importancia de poner el foco en la innovación como factor clave. También se analizarán los aspectos más generales del objeto de ese proyecto, es decir, la empresa. Posteriormente, en el segundo bloque se analizarán las diferentes áreas funcionales de la empresa, enmarcadas bajo el concepto de modelo de negocio, que comprenden los ejes fundamentales que la sustentan. Será clave entender modelos de negocio que ya funcionan como fuente inspiradora para proponer otros nuevos, innovadores y alternativos a los actuales, con el fin de generar mayor valor y de adaptarse a nuevos contextos. Dichos patrones de negocio se despliegan dentro del tercer bloque.

En el cuarto bloque se hace referencia a los recursos y herramientas que ofrecen más posibilidades creativas y de innovación en el desarrollo de los distintos modelos de negocio y que pueden provenir tanto del interior de la empresa como del exterior. En el quinto bloque se analiza el entorno en el que se pretende desarrollar el modelo de negocio y cómo puede condicionar el éxito o el fracaso de este. Posteriormente, se centra en los necesarios procesos de evaluación y validación a los que debe someterse. Una vez diseñado ese modelo de negocio, con el sexto y último bloque se intentará llevar a la acción, es decir, aplicarlo a la realidad.

La numeración de los saberes de la siguiente tabla, destinada a facilitar su cita y localización, sigue los criterios que se especifican a continuación:

- La letra indica el bloque de saberes.
- El primer dígito indica el subbloque dentro del bloque.
- El segundo dígito indica el saber concreto dentro del subbloque.

Así, por ejemplo, A.2.2. correspondería al segundo saber del segundo subbloque dentro del bloque A.

Bloque A. La empresa y su entorno.

	2.º Bachillerato
A.1. El empresario y el emprendedor.	A.1.1. El empresario y la empresaria: concepto, importancia, funciones y evolución histórica.
	A.1.2. El emprendedor. Perfiles. Habilidades que demanda el mercado de trabajo. Nómadas del conocimiento o knowmads.
A.2. La empresa.	A.2.1. La empresa. Teorías. Clasificación. Localización y dimensión de la empresa. Las pymes y las multinacionales. Marco jurídico que regula la actividad empresarial. La forma jurídica de la empresa.
	A.2.2. Responsabilidad social corporativa. Responsabilidad medioambiental. Mujer y emprendimiento.
A.3. La empresa y la innovación.	A.3.1. La empresa, digitalización e innovación. I+D+I. Teorías de la innovación. Tipos de innovación.
	A.3.2. Estrategias de innovación. Tendencias emergentes.-

Bloque B. El modelo de negocio y de gestión.

2.º Bachillerato	
B.1. Funciones de la empresa.	B.1.1. La función comercial. Segmento de clientes: mapas de empatía. La ética en el marketing. La propuesta de valor. Canales. Relaciones con clientes. Fuentes de ingresos. Estrategias de marketing.
	B.1.2. La función productiva. Proceso productivo. Eficiencia y productividad. Actividades clave. Recursos clave: financieros, humanos, físicos e intelectuales. Asociaciones clave: alianzas estratégicas, asociaciones estratégicas, empresas conjuntas, proveedores. Estructura de costes: clasificación y cálculo de costes.
	B.1.3. 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. La motivación. Las políticas de igualdad e inclusión en las empresas.
	B.1.4. La función financiera. Estructura económica y financiera. Inversión. Valoración y selección de inversiones. Recursos financieros. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa.
	B.1.5. La información en la empresa: obligaciones contables. Composición y valoración del patrimonio. Cuentas anuales e imagen fiel. Elaboración de balance y cuenta de pérdidas y ganancias.
B.2. Gestión empresarial y nuevos modelos de negocio.	B.2.1. Empresas y modelo de negocio. El lienzo de modelos de negocio o gestión: concepto, áreas, bloques y utilidad
	B.2.2. Modelos de negocio basados en lo gratis: freemium.
	B.2.3. Modelos de negocios de larga cola: long tail.
	B.2.4. Modelos de negocio multiplataforma.
	B.2.5. Modelos de negocios basados en aplicaciones móviles.

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

	2.º Bachillerato
C.1. Herramientas de innovación procedentes del exterior de la organización.	C.1.1. Competencia y nichos de mercado.
	C.2.1. Creatividad aplicada al diseño de modelo de negocio y de gestión. El proceso de creatividad: divergencia y convergencia.
	C.2.2. Herramientas de organización de ideas: pensamiento visual o visual thinking. Capacidad de síntesis. Ideación. Comunicación.
C.2. Herramientas de innovación procedentes del interior de la organización.	C.2.3. Prototipado: concepto y utilidad. Posibilidades de prototipado: bienes, servicios y aplicaciones.
	C.2.4. Herramientas de presentación de un proyecto o de una idea. Técnicas. Metodología; narración de historias o storytelling y el discurso en el ascensor o elevator pitch. Otras metodologías.
	C.2.5. Los escenarios: exploración de las ideas. Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

Bloque D. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudios de caso y simulación.

	2.º Bachillerato
D.1. El entorno del modelo de negocio.	D.1.1. Previsión: tendencias clave. Macroeconomía: variables macroeconómicas.
	D.1.2 Mercado. Competencia: fuerzas competitivas
	D.2.1. Evaluación previa de modelos de negocio: análisis DAFO. Análisis previsional de ingresos y costes. El umbral de rentabilidad.
	D.2.2. Validación del modelo de negocio. Lean startup. Desarrollo de clientes. Desarrollo de producto ágil.
D.2. Evaluación, validación y protección del modelo de negocios.	D.2.3. Protección de idea, producto y marca: registro de marcas, patentes, modelos de utilidad, diseños y derechos de autor.
	D.2.4. Toma de decisiones. Estrategias. Simulación en hoja de cálculo. Redacción de un plan de negocios básico.
	D.2.5. El análisis de resultados: estudio de mercado, análisis e interpretación de la información contable y análisis de estados financieros.

SITUACIONES DE APRENDIZAJE

Los principios y orientaciones generales para el diseño y desarrollo de las situaciones de aprendizaje (anexo II) nos permiten dar respuesta al cómo enseñar y evaluar, que retomamos a continuación para contextualizarlos a esta materia.

El desarrollo de las situaciones de aprendizaje en la presente materia debe favorecer la presencia, participación y progreso de todo el alumnado a través del Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA), garantizando la inclusión. Estos principios, relacionados con las diferentes formas de implicación, de representación de la información y de acción y expresión del aprendizaje, se vertebran en los elementos que aquí se enuncian.

El despliegue de dichas situaciones se centra en la consecución de las competencias específicas de la materia, las cuales, a su vez, contribuyen para alcanzar las competencias clave, para así poder dar respuesta a los retos del siglo XXI, dentro de un enfoque puramente competencial. Además, la colaboración con otras materias en la realización de experiencias multidisciplinares enriquece el desarrollo competencial y da un sentido global y real al proceso de enseñanza-aprendizaje.

Desde este nivel de concreción curricular, que se deberá desarrollar de forma más concreta en la programación del Departamento y en la programación de aula del profesor en función de las características de cada centro y sus alumnos, se pueden desarrollar situaciones similares a las que se exponen a continuación.

Se pueden enfocar las situaciones de aprendizaje a través de la elaboración, gestión y ejecución de un proyecto que permita abordar los diferentes bloques de saberes, ponerlos en práctica y desarrollar unas habilidades tan necesarias en el ámbito personal, académico y profesional del alumnado, siempre acordes a sus capacidades y necesidades. Para ello se puede utilizar una visión de proyecto global de centro, tomando como referencia el centro escolar o el entorno más cercano, de tal manera que pueda diseñar y desarrollar ideas que contribuyan a su mejora. A este respecto, se pueden fomentar actividades de ideación y creación emprendedora en espacios comunes del centro, ya sea vinculadas a un enfoque estrictamente económico, o a otros, como el cultural, artístico o de ayuda a la comunidad, dentro de una visión de aprendizaje-servicio.

Esas experiencias contextualizadas en el centro se pueden generalizar al entorno más cercano, ofreciendo un servicio en el barrio o localidad donde se ubique el centro, desarrollando experiencias de aprendizaje colaborativo, donde el alumnado, una vez detectadas unas necesidades no cubiertas, coopere en la búsqueda de soluciones que permitan su progreso.

El trabajo cooperativo es un escenario adecuado para constatar y modelar la gestión socioemocional del alumnado a través de la asunción de diferentes puntos de vista, de la gestión de recursos y de información, del despliegue de habilidades sociales, de la identificación y regulación de emociones y del respeto y de la valoración de las contribuciones propias y de los demás, mediante la utilización del debate y el método dialógico. La retroalimentación del docente y de los compañeros debe estar presente a lo largo de todo el proceso desde su inicio.

Otra situación que puede acercar al alumnado a alcanzar las competencias citadas consiste en que experimente y conozca en primera persona otros proyectos que se hayan fraguado en su entorno, mediante la realización de visitas a empresas y organizaciones de diversa índole, o la participación en charlas, foros, cursos o debates donde participen emprendedores locales o representantes de otros organismos y entidades fundamentales en el proceso de construcción de un proyecto empresarial, como entidades financieras u organismos públicos.

Por último, también se puede partir de experiencias reales o simuladas de la vida cotidiana que contribuyan, mediante el uso de simuladores empresariales, a concienciar al alumnado del valor que el aprendizaje tiene sobre cuestiones de interés para su vida y para construir una ciudadanía responsable.

Todas estas situaciones deben permitir que el alumnado pueda ser protagonista de su propio aprendizaje y autorregular sus motivaciones, aprendizajes y emociones en orden a alcanzar su propio crecimiento personal, proceso que debe estar regulado por el docente en función de las características de la clase para alcanzar el éxito deseado.

El docente de esta materia proporcionará modelos para el empleo de estrategias cognitivas y metacognitivas que faciliten el procesamiento de la información, así como múltiples opciones que faciliten la activación de los conocimientos previos y el establecimiento de conexiones con la información previa necesaria para producir nuevos aprendizajes. Se recomienda complementar la instrucción directa con el uso de metodologías activas mediante las que docente y alumnado interaccionen en el aula, ya que promueven una comunicación efectiva, a través de actividades significativas y una autonomía responsable en el aprendizaje, a la vez que contribuyen a favorecer la adquisición de las competencias clave y los retos del siglo XXI.

El uso de diferentes procedimientos e instrumentos de heteroevaluación, coevaluación y auto-evaluación debería servir al profesorado para valorar y mejorar el desarrollo de la situación de aprendizaje, su implementación, sus resultados y el impacto de la situación de aprendizaje. En lo que se refiere al alumnado, la evaluación debería servir como una reflexión para mejorar su proceso de aprendizaje.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Competencia específica 1.

Criterio 1.1. Comprender el funcionamiento de la economía, analizando la importancia de la actividad empresarial y el emprendimiento como motor de la transformación del entorno y la sociedad, así como reflexionando sobre el valor de la innovación y la digitalización.

Criterio 1.2. 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.

Competencia específica 2.

Criterio 2.1. Valorar la capacidad de adaptación ágil, responsable y sostenible de las empresas a los cambios del entorno y a las exigencias del mercado investigando el entorno económico y social, y su influencia en la actividad empresarial .

Criterio 2.2. 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 en sus propietarios y gestores y las exigencias de capital.

Criterio 2.3. Identificar y analizar las características del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad, explicando, a partir de ellos, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad.

Competencia específica 3.

Criterio 3.1. Proponer un modelo de negocio o de gestión diferenciado que permita dar respuesta a las necesidades actuales, comparando distintos modelos y utilizando estrategias y herramientas de diseño creativo.

Criterio 3.2. Analizar las características organizativas y funcionales de la empresa, analizando a partir de ellas las decisiones de planificación, gestión y optimización de actividades, recursos y asociaciones clave del modelo de negocio.

Criterio 3.3. 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 planteado.

Criterio 3.4. Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, la propuesta de valor, los canales, las relaciones con clientes y las fuentes de ingresos de un modelo de negocio.