

EMPRESA Y DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO

1. Presentación

El mundo de la empresa está presente a diario en los medios de comunicación, forma parte de la vida de millones de personas y repercute en todos los hogares. El conocimiento sobre la empresa es un paso esencial para entender el funcionamiento del conjunto de la economía por la interrelación que existe entre la empresa y el entorno en el que lleva a cabo su actividad. Su estudio, desde una perspectiva económica y social nos permite analizar las ideas innovadoras, los modelos de negocio y el mundo empresarial con una actitud proactiva y comprometida con la sociedad y la búsqueda de un mayor bienestar tanto colectivo como individual.

La materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio tiene como finalidad que el alumnado estudie y analice las respuestas a los problemas económicos que se plantean en el seno de las empresas y conozca sus nuevas formas de organización 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 el compromiso con el entorno medioambiental es clave para conseguir un desarrollo sostenible. Esta finalidad está en consonancia con lo recogido en la Recomendación del Consejo de la Unión Europea de 22 de mayo de 2018 relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente.

Esta materia de modalidad está planteada para el segundo curso del Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales y persigue dos objetivos: en primer lugar, aproximar al alumnado al conocimiento de la empresa como catalizador del desarrollo económico, destacando la innovación y la protección del medio ambiente como aspectos fundamentales de la actividad empresarial; y en segundo lugar, integrar los valores propios de la responsabilidad social corporativa fomentando una cultura emprendedora que potencie la creatividad y el espíritu de innovación, la reflexión crítica y la toma de decisiones, valorando diferentes modelos de negocio.

Su diseño contribuye a afianzar el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, trabajo en equipo, autoconfianza y sentido crítico, utilizar de forma responsable las tecnologías de la información y comunicación, impulsar hábitos de lectura y estudio fomentando actitudes responsables en defensa del desarrollo sostenible, entre otros. El estudio de esta materia es de vital importancia para que el alumnado analice los desafíos a los que se enfrenta la sociedad actual, como la aceptación, el manejo y gestión de la incertidumbre, la sostenibilidad, el compromiso ciudadano en el ámbito local y global o el compromiso ante situaciones de falta de equidad y exclusión, todos ellos saberes propios de la materia.

La materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio tiene continuidad con los estudios previos realizados en la Educación Secundaria Obligatoria y especial relación con las materias de Matemáticas, Geografía e Historia, Tecnología y Digitalización, Valencià: Llengua i Literatura, Lengua Castellana y Literatura, y Lengua Extranjera. Al mismo tiempo, también tiene continuidad con materias del ámbito económico que el alumnado ha tenido la opción de cursar en la ESO, como son Emprendimiento Social y Sostenible, Taller de Economía, Economía y Emprendimiento, y Formación y Orientación Personal y Profesional. Además, en primer curso de Bachillerato el alumnado habrá podido elegir las materias de Economía (Modalidad Ciencias Sociales) y Economía y Actividad Emprendedora (Modalidad General) así como la materia optativa de bachillerato denominada Gestión de Proyectos de Emprendimiento. Estas materias permiten tener un primer contacto con el funcionamiento de la actividad empresarial y del perfil de las personas emprendedoras, reflexionando de forma crítica y constructiva, además de proponer soluciones a problemas y retos contemporáneos a partir de la revisión de modelos de negocio actuales.

La materia está organizada en torno a la adquisición de competencias clave tales como la competencia emprendedora, la competencia ciudadana y la competencia personal, social y de aprender a aprender. Estas competencias se complementan aportando, por un lado, elementos que permiten comprender el funcionamiento de las empresas, las oportunidades sociales y económicas, así como las dificultades a las que se enfrenta, y, por otro lado, elementos relacionados con la reflexión crítica y constructiva y la propuesta de soluciones a problemas y

retos contemporáneos. Además, la materia contribuye a la adquisición de la competencia en comunicación lingüística y la competencia plurilingüe, así como la competencia matemática y la competencia en ciencia, tecnología e ingeniería.

Respecto a las competencias específicas, éstas permiten investigar el funcionamiento de la actividad empresarial y realizar propuestas que les permitan analizar con responsabilidad y compromiso su entorno más cercano. Por este motivo, es necesario descubrir la importancia que la actividad empresarial y el emprendimiento tienen en la transformación social, además, explicar el conocimiento del entorno para determinar las interrelaciones entre éste y las empresas; investigar, asimismo, diferentes modelos de negocio; por otro lado, seleccionar herramientas comunicativas y de gestión innovadoras y por último, evaluar modelos de negocio utilizando instrumentos de análisis económico-financiero, para obtener conclusiones sobre su viabilidad.

La materia se aborda desde un enfoque competencial en el que, a través del análisis de casos e investigaciones sobre el emprendimiento y la actividad empresarial, de forma objetiva, se van adquiriendo las competencias. De esta manera, el alumnado tomará conciencia de la importancia de potenciar diferentes herramientas de análisis empresarial desde una perspectiva social y responsable.

Los saberes básicos que contribuyen a adquirir las competencias específicas se organizan en cuatro bloques. El primero, se centra en conocer la empresa dentro de un contexto de responsabilidad social, de igualdad e inclusión y de la importancia de poner el foco en la innovación como factor clave. Al mismo tiempo se analizan recursos y herramientas que ofrecen mayores posibilidades creativas y de innovación y que pueden ser aplicados para fomentar el emprendimiento. El segundo bloque tiene relación con el análisis del entorno y las estrategias empresariales que se pueden llevar a cabo relacionándolo con el papel de la Responsabilidad Social de las empresas y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. El tercer bloque se orienta al análisis de las diferentes áreas funcionales de la empresa que comprenden los ejes fundamentales que sustentan cualquier empresa, desde posturas más tradicionales a otras más innovadoras. Por último, el cuarto bloque se vincula a aquellos saberes centrados en el estudio y simulación de casos para reforzar los conceptos y modelos aprendidos, con un enfoque responsable y participativo.

Los criterios de evaluación van dirigidos a comprobar el grado de adquisición de las competencias específicas, esto es, el nivel en el que el alumnado es capaz de movilizar los saberes, conceptuales, procedimentales y relativos a actitudes y valores, en situaciones o actividades del ámbito personal, social y académico con una futura proyección profesional.

2. Competencias específicas.

2.1. Competencia específica 1.

Argumentar el poder de transformación de la actividad empresarial y emprendedora en la sociedad, analizando el valor de la innovación y la digitalización en este proceso y en el funcionamiento global de la economía actual.

2.1.1. Descripción de la competencia.

Identificar la realidad actual desde una perspectiva económica es absolutamente necesario tras los profundos cambios que ha experimentado en los últimos años la sociedad en un contexto cada vez más globalizado y en el que las relaciones económicas son día a día más complejas. En esta realidad, el papel de las empresas y de las personas emprendedoras es fundamental como elementos transformadores y determinantes para el desarrollo económico, el cambio social y estructural, convirtiéndose así en la fuerza que impulsa y estimula la adquisición de conocimiento, el cambio tecnológico, la competitividad y la innovación.

La emergencia climática, la necesidad de adaptación a la transformación digital y el compromiso de cumplir con el nuevo contrato social global establecido con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas antes del 2030, colocan la sostenibilidad en el primer plano de la estrategia empresarial. La actividad empresarial no ha sido ajena a los

cambios y por ello ha existido una transformación sin precedentes, potenciada por el cambio tecnológico y la innovación. Las tecnologías digitales están cambiando la manera de actuar de las empresas y de esta forma se han convertido en una de las influencias más significativas desde la revolución industrial. Es por ello por lo que el alumnado valorará el papel de la innovación como clave para seguir descubriendo nuevos avances que ayuden a mejorar el papel de las empresas en la sociedad, apostando por la búsqueda de un crecimiento sostenible que cumpla con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

2.2. Competencia específica 2.

Investigar el entorno económico y social, desde un punto de vista general y específico, y su influencia en la actividad empresarial, analizando las interrelaciones empresa-entorno e identificando estrategias viables que partan de criterios de responsabilidad social corporativa, de igualdad y de inclusión.

2.2.1. Descripción de la competencia.

El análisis de la realidad desde una perspectiva económica y social permite que el alumnado analice los efectos del entorno sobre la empresa e identifique las consecuencias del funcionamiento empresarial sobre la propia sociedad y el medio ambiente, teniendo en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), mediante políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que sirvan para generar una propuesta de valor que contribuya a alcanzar una sociedad más equitativa y sostenible.

Las empresas no son organizaciones ajenas a lo que sucede en la sociedad, por ello es imprescindible la percepción y análisis de cómo los elementos, tanto del entorno general como del específico influyen en las decisiones que las empresas toman.

Despertar la curiosidad y tener una visión abierta sobre la realidad es el punto de partida para la investigación del entorno socioeconómico, lo que permitirá al alumnado identificar los problemas a resolver y proponer soluciones innovadoras que incrementen el bienestar social considerando que estas soluciones pueden producir externalidades que afectan al entorno de la empresa.

2.3. Competencia específica 3.

Identificar algunos modelos de negocio actuales comparándolos con otros modelos tradicionales y aplicar estrategias y herramientas básicas que faciliten el diseño creativo, proponiendo modelos de negocio que aporten valor, permitan satisfacer necesidades y contribuyan al bienestar económico y social.

2.3.1. Descripción de la competencia.

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.

El alumnado debe comprender que el modelo de negocio de una empresa es una herramienta previa al plan de negocio y su objetivo es permitir conocer con claridad el tipo de negocio que se va a crear e introducir en el mercado, a quién va dirigido, cómo se va a vender y cómo se van a conseguir los ingresos, por tanto, es un documento de importancia empresarial puesto que permite planificar qué es lo que va a pasar con el negocio que se pretende llevar a cabo.

En los últimos años, el avance de internet y las nuevas tecnologías ha provocado una gran cantidad de innovaciones en el mundo de la empresa, los clientes demandan nuevos productos continuamente, los ciclos de vida de estos son cada vez más cortos... Como consecuencia, han aparecido modelos de negocio hasta ahora no utilizados, como, por ejemplo, longtail, freemium, multiplataforma y app, que permiten a las empresas enfrentarse a estos entornos y actuar con agilidad. Los alumnos y las alumnas deben conocer estos nuevos modelos. En paralelo a estos

cambios se han desarrollado nuevas herramientas que colaboran en el proceso de creatividad, por ejemplo, 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 el alumnado aprenderá a trabajar otras complementarias, como el mapa de empatía de clientes o el pensamiento visual.

2.4. Competencia específica 4.

Obtener la información que se genera tanto en el ámbito interno como externo de la empresa y gestionarla eficazmente en el proceso de toma de decisiones, seleccionando estrategias comunicativas de aplicación al mundo empresarial y utilizando nuevas herramientas propias de estos procesos.

2.4.1. Descripción de la competencia.

Obtener información en cualquier proceso de decisión y comunicarla de forma eficaz es esencial para lograr objetivos en cualquier ámbito de la empresa. El flujo de información es utilizado tanto por la empresa como por el resto de agentes que se relacionan con la misma. Todo esto se lleva a cabo a través de distintas estrategias comunicativas, algunas de ellas relacionadas con las nuevas tecnologías. La información es considerada actualmente un recurso estratégico de gran importancia para las organizaciones. Obtener y gestionar la información correcta posibilita tomar decisiones acertadas.

El alumnado identificará estrategias de comunicación eficaz y ágiles en la gestión e intercambio de información entre la empresa y los agentes de su entorno, y sabrá aplicar diferentes herramientas comunicativas como la narración de historias (*storytelling*) o el discurso en el ascensor (*elevator pitch*). Será capaz de analizar las tendencias en comunicación que las empresas e instituciones señalan. El alumnado desarrollará una actitud cooperativa y respetuosa en su manera de comunicarse, aprenderá a argumentar, a escuchar y a transmitir de forma eficaz lo que pretende dar a conocer.

2.5. Competencia específica 5

Explicar y evaluar diferentes modelos de negocio aplicando herramientas fundamentales de análisis empresarial, valorando el proceso que se debe llevar a cabo y validando diferentes propuestas de modelo de negocio acordes con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

2.5.1. Descripción de la competencia

El alumnado debe analizar los modelos de negocio desde una perspectiva global. Se trata de concebir la empresa como un conjunto de elementos (humanos, técnicos y financieros) interrelacionados entre sí mediante los diferentes departamentos de la empresa y con el entorno del que forma parte, para alcanzar determinados objetivos concretos. Cada uno de los elementos sólo tiene sentido en la medida en que contribuye a conseguir los objetivos del sistema empresarial desde el punto de vista integral. Evaluar los diferentes modelos de negocio, sirve para conocer todo el proceso que las personas emprendedoras deben llevar a cabo para conseguir su objetivo. Para ello, el estudio de casos reales permite comprender el funcionamiento del proceso de creación de un proyecto empresarial.

En muchas ocasiones se tiene la tentación de iniciar dicho proceso sin analizar previamente el sector ni el mercado. Es por ello que el aprendizaje de determinadas herramientas de análisis empresarial previo permitirá al alumnado ser consciente de las dificultades y oportunidades que las personas emprendedoras deben asumir a la hora de iniciar un nuevo proyecto y evitar fracasos innecesarios.

Al mismo tiempo, es esencial que el alumnado comprenda que los diferentes proyectos empresariales deben apostar por potenciar la actividad empresarial desde una perspectiva social y sostenible, que sea responsable con su entorno e interiorice como objetivo prioritario alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los retos de la sociedad tales como el respeto al medio ambiente, el consumo responsable, o la producción de bienes y servicios de calidad.

3. Saberes básicos

La materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio aporta conceptos y patrones empresariales esenciales para que el alumnado tenga una visión global y concreta del mundo empresarial y de esta forma le permita realizar análisis críticos y fundamentados a partir del estudio de casos sobre la empresa y su entorno, como modelo de negocio. La materia capacita para utilizar herramientas y métodos necesarios para analizar los efectos que provocan en los distintos ámbitos de la vida y aprovechar estos aprendizajes para generar una actitud proactiva y comprometida con la sociedad, alcanzando un mayor grado de bienestar tanto colectivo como individual a partir de ideas innovadoras y responsables con su entorno.

Los saberes básicos que contribuyen a adquirir las competencias específicas se organizan en cuatro bloques. El primero se vincula a aspectos de la actividad empresarial y el emprendimiento con la finalidad de adquirir herramientas para organizar ideas y presentarlas, trabajar actividades innovadoras a partir del estudio de las nuevas tendencias y la digitalización y conocer diferentes tipologías de empresas. El segundo bloque de saberes se asocia al análisis del entorno y de las estrategias empresariales. Presenta al alumnado el entorno empresarial desde un punto del análisis del microentorno y macroentorno haciendo hincapié en la importancia de la mujer en el emprendimiento y la inclusión en el entorno empresarial como eslabón destacado en la Responsabilidad Social Corporativa y en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El análisis DAFO, la localización y dimensión de las empresas, dentro de las estrategias empresariales, son otros aspectos a tratar en dicho bloque. El tercer bloque analiza las cuatro áreas funcionales más representativas de las empresas, tales como la función productiva, comercial, de recursos humanos y financiera desde posturas más tradicionales a otras más innovadoras. Por último, el cuarto bloque se vincula a aquellos saberes centrados en el estudio y simulación de casos del ámbito empresarial para asociarlos a la realidad cercana del alumnado, desde una perspectiva responsable y participativa.

3.1. Bloques

3.1.1. Empresa y modelos de negocio.

A menudo la creación o formación de empresas responde a la finalidad de satisfacer una necesidad en un entorno determinado. Para ello, la persona emprendedora reúne los recursos económicos y logísticos necesarios para poder afrontar dicho reto empresarial y cumplir los objetivos que se marquen.

Con los saberes recogidos en este bloque, el alumnado aprenderá a reconocer los perfiles de las personas emprendedoras, así como a utilizar técnicas que ayudan al desarrollo de la creatividad, la generación y la organización de ideas; de igual forma aprenderá las herramientas utilizadas actualmente para la comunicación y presentación de los proyectos de negocio apoyándose para ello en el lienzo del modelo de negocio y de gestión. Por último, se incluyen contenidos necesarios para el análisis de los tipos de empresas destacando los cambios que han experimentado como consecuencia de la digitalización y la innovación.

Bloque 1 Empresa y modelos de negocio (CE1, CE3, CE5)
Subbloque 1.1 Idea de negocio y herramientas para innovar
<p>La persona emprendedora: cualidades y perfiles. El proceso de creatividad en los modelos de negocio. Dinámicas de generación de nuevas ideas de modelos de negocio y herramientas para innovar. Herramientas de organización y presentación de ideas o proyectos. Capacidad de síntesis. Comunicación. El lienzo de modelo de negocio y de gestión. Sensibilidad y valoración del emprendimiento social y sostenible. Autonomía y tolerancia ante el error asociado al emprendimiento. Mejoras a través del ensayo-error.</p>
Subbloque 1.2 Empresa e innovación
<p>Empresa y modelo de negocio. La empresa. Clasificación. Marco jurídico que regula la actividad empresarial.</p>

La empresa, digitalización e innovación. I+D+I. Teorías de la innovación.
Tipos de innovación. Tendencias emergentes. Estrategias de innovación.
Perseverancia y flexibilidad en el cambio de estrategias de innovación.

3.1.2. Análisis del entorno y estrategias empresariales.

Las empresas no están aisladas si no que, por el contrario, tienen múltiples interrelaciones con el entorno que las rodea. La empresa como subsistema dentro del sistema económico-social genera beneficios tanto para la sociedad como para la propia empresa. Sin embargo, el entorno empresarial es dinámico y al mismo tiempo que recibe influencias de la sociedad también influye en el medio en el que actúa. Ante esa complejidad y dinamismo las empresas deben obrar de acuerdo con un plan estratégico que tenga en cuenta su responsabilidad social, laboral y medioambiental.

Con los saberes recogidos en este bloque los alumnos y las alumnas conocerán los entornos específicos y genéricos que rodean a las empresas y comprenderán la importancia de tener una visión global del entorno donde se ponga de manifiesto la diversidad personal y cultural de la sociedad, destacando el papel de las mujeres como agente de desarrollo empresarial. Los contenidos incluidos les permitirán profundizar también en las diversas estrategias que se pueden plantear y en el proceso de toma de decisiones. Se señalan asimismo herramientas para evaluar los modelos de negocios.

Bloque 2 Análisis del entorno y estrategias empresariales (CE1, CE2, CE3, CE4, CE5)
Subbloque 2.1 Análisis del entorno
Macroentorno del modelo de negocio. Microentorno del modelo de negocio: fuerzas competitivas. Responsabilidad social corporativa. Mujer y emprendimiento. Inclusión y emprendimiento. Contribución de la sociedad al desarrollo económico sostenible y ético.
Subbloque 2.2 Estrategias empresariales
Evaluación previa de modelos de negocio: análisis DAFO Funciones de dirección. Estrategias. Toma de decisiones. Localización y dimensión de la empresa.

3.1.3. Áreas funcionales de la empresa

Es habitual que las empresas en una constante búsqueda de optimizar sus recursos se organicen en áreas funcionales. Estas dependen del tamaño y actividad de la empresa, pero generalmente existen cuatro grandes áreas funcionales: producción, finanzas, marketing y recursos humanos, que permiten agrupar sus distintas actividades y personas, según las funciones que realizan.

Los saberes recogidos en este tercer bloque permitirán a los alumnos y alumnas identificar estas áreas funcionales, analizarlas por separado y para finalmente ver las interrelaciones existentes entre ellas, en una comprensión global del ciclo completo de la actividad empresarial.

Bloque 3 Áreas funcionales de la empresa (CE3, CE4, CE5)
Subbloque 3.1 Función productiva
Proceso productivo. Eficiencia y productividad. Desarrollo de producto ágil. Estructura de costes: clasificación y cálculo de costes. Análisis de ingresos y costes. Umbral de rentabilidad. Protección de la idea y del producto y de la marca.
Subbloque 3.2 función comercial
Estudio de mercado: Segmento de clientes, competencia y nichos de mercado. Ventajas competitivas: la propuesta de valor. Canales. Relaciones con clientes. Estrategias de marketing.

El punto de vista de los clientes: mapa de empatía.
Subbloque 3.3 La gestión de 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 la empresa.
Subbloque 3.4 La función financiera
Estructura económico-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 cuenta de pérdidas y ganancias. Análisis e interpretación de la información contable y análisis de los estados financieros.

3.1.4. Análisis de la realidad empresarial.

En un escenario empresarial en constante cambio y evolución, indagar nuevos escenarios en los que se desarrollen los modelos de negocio es de obligado análisis de estudio.

La exploración de ideas y el prototipado son necesarios para un análisis provisional de estos modelos de negocio que permita a las empresas detectar las tendencias clave en el mercado.

Los saberes incluidos en este bloque permitirán a los alumnos y las alumnas producir nuevas ideas referentes a modelos de negocio, analizarlas mediante diferentes herramientas con el objetivo de darle validez a las mismas, proponer un modelo de negocio y comunicarlo de manera eficaz que dé sentido a todos los saberes de la materia y que demuestre las competencias que los alumnos y alumnas han adquirido.

Bloque 4 Análisis de la realidad empresarial (CE1, CE3, CE4, CE5)
Nuevas tendencias de modelo de negocio. El prototipado del producto: concepto y utilidad. La necesidad de validar el modelo de negocio y realizar un plan de negocios básico utilizando herramientas de gestión. Tolerancia ante diferentes opiniones y perspectivas relacionadas con las soluciones en los modelos de negocio.

4. Situaciones de aprendizaje

Las situaciones de aprendizaje están conectadas con los “Principales retos del siglo XXI” y con los objetivos de la etapa de bachillerato. Su finalidad es promover la adquisición y desarrollo de las competencias específicas necesarias para afrontarlos. La capacidad de actuación del alumnado al enfrentarse a una situación de aprendizaje requiere movilizar todo tipo de saberes implicados en las competencias específicas: conceptos, procedimientos, actitudes y valores.

La materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio contribuye a formar personas críticas y responsables ante los problemas actuales relativos al medio ambiente, degradación del planeta y exceso de consumo, para que sean conscientes de la importancia de sus acciones y su repercusión negativa en el bien común. Al mismo tiempo, la materia contribuye a dar respuesta a problemas del entorno próximo poniendo de manifiesto su compromiso en el ámbito local y global, valorando las competencias, cualidades y hábitos que debe tener una persona emprendedora consciente de los retos del siglo XXI.

Es necesario por ello hacer reflexionar al alumnado ante situaciones de falta de equidad y exclusión que generen un sentimiento de empatía y justicia social desde una perspectiva colectiva, una resolución pacífica de los conflictos con soluciones creativas que tengan como premisa la

cooperación. Igualmente, el alumnado debe reflexionar sobre el papel del emprendimiento como motor de la economía y la creación de valor, el análisis de nuevos modelos de negocio más sostenibles con el entorno y la importancia de un comportamiento ético de las empresas.

Algunos criterios para diseñar situaciones de aprendizaje desde esta perspectiva serían los siguientes:

- Deben estar relacionadas con actividades del ámbito local y próximo al alumnado que establezca relaciones con temas de interés como pudieran ser la desigualdad, medio ambiente, empleo, propiedad intelectual, permitiendo descubrir el mundo empresarial, sus funciones, acercar estas actividades a nuevos modelos de negocio, así como las herramientas y estrategias para ir adaptándose a los cambios que van sucediendo.
- Deben establecer relaciones con otras materias para adquirir una visión integral de la empresa y asumir responsabilidades y compromisos, desde una perspectiva interdisciplinar.
- Deben diseñarse para incentivar la reflexión, promover la competencia clave de aprender a aprender, y desarrollar un enfoque crítico, con la finalidad de conseguir actitudes sensibles, comportamientos responsables y proactivos que permitan aprovechar las oportunidades sociales y económicas y acercarlas al mundo empresarial y a los nuevos modelos de negocio.
- Deben estimular el fomento de la lectura y la escritura a través de diferentes canales que les permitan ser una ciudadanía crítica y respetuosa ante diferentes argumentos y opiniones, así como remarcar la necesidad de potenciar las habilidades comunicativas necesarias a la hora de emprender un proyecto personal.
- Deben permitir que sean abordadas tanto de manera individual como grupal, incorporando un enfoque inclusivo, coeducativo, dando visibilidad a la relevancia del papel de las mujeres en la actividad empresarial, y con el uso de técnicas de trabajo tanto cooperativo como colaborativo, a través de actividades dialógicas, de debate, de explicación de resultado de tareas.
- Deben conectar los contenidos con experiencias y sentimientos personales del alumnado que han tenido lugar en otros contextos, movilizando la capacidad de argumentación mediante el lenguaje verbal y no verbal.
- Deben potenciar el talento individual utilizando herramientas que posibiliten el estímulo de la creatividad, la participación activa del alumnado, para afrontar los problemas desde diferentes perspectivas según su diversidad personal y cultural.
- Deben incluir la aceptación y el manejo de la incertidumbre tratada desde el aula y que dé respuesta a cuestiones que le servirán para enfocar su futuro de trabajo o estudios e incluso la posibilidad de poder trasladarlas fuera de la misma, a partir de una iniciativa diseñada en el aula.
- Es necesario que impulsen un buen uso de las nuevas tecnologías en el aula, aprendiendo nuevos programas, aplicaciones y herramientas informáticas para fomentar la alfabetización digital y audiovisual del alumnado y la ludificación en el aula para incrementar su motivación, autonomía y el abanico de recursos necesarios para el correcto análisis de la disciplina.
- Deben integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible que incorporan los desafíos globales a los que nos enfrentamos día a día, como la pobreza, la desigualdad, el clima, la degradación ambiental, la prosperidad, la paz y la justicia.

5. Criterios de evaluación

5.1. Competencia específica 1

Argumentar el poder de transformación de la actividad empresarial y emprendedora en la sociedad, analizando el valor de la innovación y la digitalización en este proceso y en el funcionamiento global de la economía actual.

5.1.1. Argumentar la repercusión de algunos casos concretos de la actividad empresarial en el entorno económico, analizando los efectos de la innovación y

la digitalización y aplicando herramientas básicas propias del ámbito empresarial.

5.1.2. 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.

5.1.3. Utilizar correctamente la terminología económica y empresarial en las argumentaciones y análisis adaptada al nivel educativo en actividades orales y escritas del ámbito personal, académico, social o profesional, en las distintas lenguas del currículo, utilizando un lenguaje no discriminatorio.

5.2. Competencia específica 2

Investigar el entorno económico y social, desde un punto de vista general y específico, y su influencia en la actividad empresarial, analizando las interrelaciones empresa-entorno e identificando estrategias viables que partan de criterios de responsabilidad social corporativa, de igualdad y de inclusión.

5.2.1. Apremiar 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 a través de experiencias desarrolladas en el entorno local.

5.2.2. Clasificar los distintos tipos de empresa, sus elementos y funciones, identificando sus formas jurídicas y valorando sus implicaciones legales frente a terceros.

5.2.3. Identificar y analizar algunas características del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad, explicando las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad y proponiendo soluciones desde un punto de vista crítico y reflexivo.

5.2.4. Argumentar la importancia de la gestión de recursos humanos, evaluando algunas políticas de igualdad e inclusión y valorando el papel de la ética empresarial con actitud crítica y respetuosa.

5.3. Competencia específica 3

Identificar modelos de negocio actuales comparándolos con otros modelos tradicionales y aplicar estrategias y herramientas que faciliten el diseño creativo, proponiendo modelos de negocio sencillos que aporten valor, permitan satisfacer necesidades y contribuyan al bienestar económico y social.

5.3.1. Proponer sencillos modelos de negocio transformadores que permitan dar respuesta a las necesidades actuales, comparando distintos modelos y utilizando estrategias y herramientas de diseño creativo.

5.3.2. Identificar las principales características organizativas y funcionales de la empresa, analizando a partir de ellas las decisiones de planificación y gestión dentro de un modelo de negocio innovador a través de diferentes actividades que fomenten la autoestima, la empatía y la creatividad.

5.3.3. Explicar la importancia de tomar decisiones sobre los procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia y la productividad, resaltando su contribución en la ejecución de estos a través de la interpretación de datos y gráficos representados en hojas de cálculo.

5.3.4. Analizar las características del mercado objetivo, explicando la propuesta de valor, los canales de distribución y las relaciones con clientes de un modelo de negocio innovador

5.4. Competencia específica 4

Obtener la información que se genera tanto en el ámbito interno como externo de la empresa y gestionarla eficazmente en el proceso de toma de decisiones, seleccionando estrategias comunicativas de aplicación al mundo empresarial y utilizando nuevas herramientas propias de estos procesos.

5.4.1. Gestionar eficazmente la información que facilita el proceso de toma de decisiones a partir de la información obtenida tanto en el ámbito interno como externo de la empresa, aplicando herramientas básicas y nuevas fórmulas comunicativas.

5.4.2. Seleccionar estrategias de comunicación aplicadas al ámbito comercial, utilizando nuevas fórmulas comunicativas que contribuyan a desarrollar diferentes estrategias de marketing, siendo sensible a las distintas necesidades reales que tienen los consumidores.

5.4.3. Exponer distintas ideas de modelo de negocio por medio de herramientas comunicativas que permitan despertar el interés y cautivar a los demás con la propuesta de valor presentada.

5.5. Competencia específica 5

Explicar y evaluar diferentes modelos de negocio aplicando herramientas fundamentales de análisis empresarial, valorando el proceso que se debe llevar a cabo y validando diferentes propuestas de modelo de negocio acordes con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

5.5.1. Evaluar ideas de negocio asociadas dentro de un contexto determinado, a partir de las tendencias clave del momento, la situación macroeconómica, el mercado y la competencia, señalando la relevancia de la organización en el proceso.

5.5.2. Analizar con espíritu crítico la actividad empresarial y la importancia de actuar de forma sostenible, comparando dicha actuación con casos de empresas que cumplan con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

5.5.3. Identificar debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de diferentes ideas de negocio actuales a través de casos concretos de modelos de negocio y relacionarlos entre sí.

5.5.4. Determinar la estructura de ingresos y costes, calculando el beneficio y el umbral de rentabilidad.

5.5.5. Analizar y explicar a nivel básico la situación económico-financiera, a partir de la información recogida tanto en el balance como en la cuenta de pérdidas y ganancias de una empresa, indicando las posibles soluciones a los desequilibrios encontrados.