PROGRAMACIÓN DE:

"ECONOMÍA DE LA EMPRESA"

CURSO: 2º de bachillerato. TURNO: Mañana

OPCIÓN: Humanidades y Ciencias Sociales.

AÑO ACADÉMICO: 2.014/2.015

PROFESOR: Luciano Ramón Ramos Peña

INDICE

0. INTRODUCCIÓN (EL POR QUÉ DE LA MATERIA Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS BÁSICAS).
1. OBJETIVOS GENERALES EN EL BACHILLERATO.
2. CAPACIDADES Y OBJETIVOS EN LA MATERIA DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA.
3. CONTENIDOS.
4. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS BÁSICAS.
5. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS.
6. METODOLOGÍA Y ACTIVIDADES.
7. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.
8. SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN.
9. MODELO DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.
10. TEMPORALIZACIÓN.
11. CONTENIDO MÍNIMO EXIGIBLE.
12. TRATAMIENTO A LA DIVERSIDAD Y CONTENIDOS TRANSVERSALES.
13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS.

0. INTRODUCCIÓN.- (EL POR QUÉ DE LA MATERIA Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS BÁSICAS).

El currículo de la materia Economía de la Empresa en el Bachillerato parte de la concepción de la empresa como un sistema integrado por una serie de elementos interrelacionados, capaces de impulsar el crecimiento económico, generar empleo y contribuir abiertamente al progreso y la transformación social. Además, ofrece al alumnado la oportunidad de acercarse a la realidad empresarial en Canarias, valorando el papel que desempeña el tejido empresarial como motor de la economía insular, conociendo los rasgos que lo definen, y reflexionando sobre cómo distintos factores coyunturales y estructurales condicionan la dinámica empresarial de las Islas.

Se trata de una materia concebida como una introducción al estudio económico de la empresa y su gestión, con la que el alumnado puede adquirir una formación empresarial inicial, básica, y determinadas capacidades para el análisis y evaluación del entorno inmediato y futuro que le concierne. Sus contenidos guardan relación con los de diversas materias de la Educación Secundaria Obligatoria (Ciencias Sociales, Geografía e Historia, Educación para la Ciudadanía y los Derechos Humanos, Matemáticas, Tecnología) y con la realidad diaria del alumnado como consumidor o como futuro contribuyente, trabajador o emprendedor. En otro orden, el enfoque multidisciplinar que requiere su estudio precisa de nociones procedentes de diversas áreas del conocimiento como derecho, matemáticas, sociología, psicología, tecnología y teoría de la información y la comunicación, entre otras. Al mismo tiempo, como ciencia social pretende contribuir a la formación de la madurez personal y social del alumnado, a la ponderación ética en la toma de decisiones y al fomento de actuaciones autónomas y responsables.

El carácter orientador del Bachillerato exige conciliar las materias que se ofrecen en cada modalidad con los intereses formativos y con las expectativas laborales del alumnado. Así, la materia contribuye a la capacitación del alumnado para afrontar con éxito etapas educativas superiores y para tomar decisiones sobre su futuro académico y profesional. La iniciación a la cultura emprendedora favorece el desarrollo de una dimensión creativa al fomentar actitudes que le permitan ser personas capaces de resolver algunas situaciones presentes y futuras inciertas, tanto en lo personal como en lo profesional.

La materia, además, proporciona instrumentos para la evaluación de los hechos que están transformando la realidad empresarial en las sociedades actuales, en las que la confluencia de múltiples factores como los cambios socioeconómicos, la revolución tecnológica, la creación de nuevos yacimientos de empleo y perfiles profesionales, el reconocimiento social de la figura del empresario y la promoción de la iniciativa empresarial, convertirían a la cultura emprendedora en un valor imprescindible. En este proceso de cambio, la pequeña y mediana empresa será el agente principal de los nuevos sistemas de la producción, convirtiéndose en motor del crecimiento económico. Por esta razón, este currículo pretende poner de relieve el emprendedurismo como un procedimiento para desarrollar capacidades y actitudes con el fin de formar a los alumnos y alumnas como personas con iniciativa, con suficiente grado de realización personal, capaces de reconocer y asumir riesgos y de preparar estrategias con las que impulsar un proyecto empresarial.

Como materia de modalidad del Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales, la Economía de la Empresa contribuirá a desarrollar en el alumnado unas competencias específicas propias de este ámbito de conocimiento, que a grandes rasgos son: competencia en gestión y organización, competencia en estrategia y competencia en emprendeduría.

La ***competencia en gestión y organización*** implica la capacidad de planificar de forma adecuada la actividad empresarial y los recursos humanos y materiales que requiere a partir de recursos financieros, tecnológicos, de espacio y tiempo de cada unidad empresarial; al mismo tiempo, supone la capacidad de tomar las decisiones oportunas para alcanzar los objetivos propuestos, evaluando el coste de la elección realizada. La construcción de este razonamiento permite que el alumnado lo aplique a múltiples situaciones y actividades de su vida diaria.

La ***competencia en estrategia*** entraña desarrollar unas actividades y procesos secuenciados y relacionados entre sí para conseguir de forma eficiente objetivos y fines empresariales. Definir una estrategia significa comprender los elementos que la componen: la definición del campo de actividad de la empresa, la manera de competir en los distintos mercados y el desarrollo de los recursos y capacidades para la organización. La tarea de la estrategia consiste tanto en determinar la forma de asignación de los

recursos de la empresa, dentro de su entorno, para alcanzar sus objetivos a largo plazo, como en el diseño de su estructura para conseguir implantar dicha estrategia. El análisis estratégico permite que el alumnado comprenda situaciones en las que los sujetos participantes se enfrentan a una serie de factores que originan que la consecución de sus objetivos fundamentales no depende sólo de sí mismos, sino también de los valores que adopten dichos factores, entre los que se encuentran las decisiones que tomen otros sujetos.
La ***competencia en emprendeduría*** implica desarrollar capacidades para identificar oportunidades de negocio y acceder a recursos suficientes y variados que permitan llevar a cabo un proyecto empresarial propio, o de otras personas, gestionarlo con autonomía, con capacidad para asumir riesgo, con responsabilidad, con creatividad, con capacidad de proyección al exterior y de reacción ante los problemas que surjan, y en el que se fomenta la capacidad de implicar a las demás personas mediante acciones de liderazgo, así como la capacidad para trabajar en equipo, compartiendo objetivos y métodos de trabajo y aceptando las decisiones adoptadas por el grupo.

De esta manera, el papel de la materia es esencial para la consecución de los objetivos de la Etapa. Ello se manifiesta en varios aspectos que pasamos a destacar:

- Se define el concepto de empresa como organización cuyas funciones son las de producir y comercializar ideas, bienes o servicios, y cuya finalidad es la obtención de beneficios.
- Se facilita el estudio de la contabilidad con un nivel de desarrollo suficiente para que los estudiantes puedan leer e interpretar balances y cuentas anuales.
- Se promueve un conjunto de principios teóricos y prácticos y una serie de procedimientos y actitudes que, siendo válidos para las organizaciones empresariales, son también aplicables a cualquier tipo de organizaciones (una institución, una entidad financiera, un centro cultural, un grupo político o sindical, un centro de investigación, una dependencia de la administración pública, etc.).
- Se presentan conocimientos acerca del funcionamiento de las organizaciones, de las personas y los grupos en las organizaciones, a cómo se relacionan y se comunican entre sí las personas y las organizaciones, a los sistemas de registro y de tratamiento de la información, a las técnicas aplicadas, etc., referidos preferentemente a la empresa como organización tipo.
- Se familiariza a los estudiantes con demandas relacionadas con las nuevas formas de transición a la vida activa, caracterizadas por la complejidad, la incertidumbre y los nuevos modos de trabajo que comienzan a ser posibles, (y lo serán más en un futuro), y que plantean al sistema educativo nuevas necesidades de formación: fomento de la iniciativa en la elaboración de un proyecto de desarrollo personal o profesional, desarrollo de capacidades creativas y emprendedoras, etc.
- Se integran y articulan los contenidos propios de la Economía de la empresa en torno a un proyecto de viabilidad empresarial, en el que adquieren sentido y aplicación los demás núcleos de contenido.
- Se atiende al desarrollo de las capacidades de relación y de comunicación, de manejo de técnicas racionales de tratamiento de la información, de iniciativa y autonomía, de conocer e interpretar estados de cuentas y memorias anuales etc. resultan cada vez más necesarias.
- Se contribuye a la formación común de los estudiantes a partir del desarrollo de habilidades sociales de integración en grupos y organizaciones y, en general, de capacidades que favorecen la transición a la vida activa y adulta.
- *Se acerca a los estudiantes a la realidad empresarial de su entorno, en nuestro caso de Canarias, presentando las características que presenta el tejido empresarial canario y los retos que asume para responder a las demandas y necesidades de la sociedad canaria del siglo XXI.*

Relación de la materia con las competencias básicas.

El carácter integrador de la materia de **Economía de Empresa,** hace que su aprendizaje contribuya a la adquisición de las competencias básicas:

- Promueve la *competencia matemática* mediante la realización de cálculos para la determinación de magnitudes macroeconómicas y microeconómicas, así como el uso de algoritmos y estrategias de cálculo. Acerca, además, a los estudios estadísticos, las tablas y los gráficos como instrumentos básicos para interpretar la realidad económica y empresarial, en especial la de *Canarias*, aportar posibles soluciones y alternativas, y predecir comportamientos futuros. El cálculo de probabilidades facilita la realización de análisis de mercado y de diferentes variables económicas, así como la extrapolación de determinadas tendencias que se aprecian en los comportamientos de las economías de los países de las distintas áreas económicas a nivel mundial.
- Permite una visión más amplia y detallada de la sociedad actual que ayudará a los alumnos a desarrollar la *competencia social y ciudadana* desde una actitud reflexiva y consciente. La sociedad exige cada vez con más fuerza de las empresas que tengan actuaciones respetuosas con el medio natural, en concreto el de Canarias, con los derechos de los trabajadores y trabajadoras, con la seguridad e higiene en el trabajo, con la libre competencia, que eviten la deficiente o engañosa información en productos, etc. La materia pretende, además, inculcar a alumnos y alumnas una actitud crítica sobre aspectos de la realidad social y empresarial, tales como el consumismo exacerbado, la desigualdad en la distribución de las rentas, la degradación medioambiental y el agotamiento de los recursos debido al crecimiento económico y el fenómeno de la globalización.
- En la *competencia sobre conocimiento e interacción con el mundo físico*, las contribuciones son relevantes; ya que la materia permite y exige relaciones interdisciplinares. La interacción con el mundo físico se muestra, en la medida en que éste ha sido transformado por la acción humana y utilizado como recurso económico de primer orden, en la preocupación por las repercusiones medioambientales de las decisiones empresariales y complementa la visión científica de sus implicaciones con el análisis de las causas y consecuencias de tipo económico vinculadas con el bienestar y la calidad de vida de las personas. Otros conocimientos, habilidades y actitudes vinculados a esta materia y relacionados con esta competencia son el análisis crítico de la conformación de diferentes realidades empresariales en *Canarias*, su relación con el entorno social, físico, etc.
- Contribuye al desarrollo de la *comunicación lingüística, al* promover el desarrollo de las cuatro grandes habilidades: hablar, escuchar, leer y escribir. La materia exige ejercitarse en la lectura, la escucha, la exposición y la argumentación. Por otra parte, la comunicación de conocimientos, ideas y opiniones, imprescindibles para lograr los objetivos de esta materia, al utilizar tanto el lenguaje verbal como el escrito, la valoración crítica de los mensajes explícitos e implícitos en fuentes diversas y, particularmente, en la publicidad y en los medios de comunicación, también ayudan a la adquisición de la competencia. Igualmente, el conocimiento y el uso de términos y conceptos propios del análisis de lo socioeconómico, posibilitan el enriquecimiento del vocabulario y estimulan la representación mental que exige el desarrollo del pensamiento lógico-formal.
- La aportación a la *competencia en el tratamiento de la información y competencia digital* viene dada por la importancia que tiene, en la comprensión y análisis de datos de carácter económico, contar con destrezas relativas a la obtención, comprensión e interpretación de información, elemento imprescindible de una buena parte de los aprendizajes de la materia. Se contribuye, de manera particular, en la búsqueda, obtención y tratamiento de información procedente de la observación directa e indirecta de la realidad, así como de fuentes escritas, gráficas, audiovisuales, tanto si utilizan como soporte el papel como si han sido obtenidas mediante las tecnologías de la información y la comunicación. El análisis de datos y variables económicas, mediante tablas, gráficas, estadísticas, etc. y

la utilización de instrumentos informáticos para la elaboración de informaciones económicas, estimula esta competencia.

- La *competencia para aprender a aprender* supone poseer herramientas que faciliten el aprendizaje, pero también tener una visión estratégica de los problemas y fenómenos económicos y saber prever y adaptarse a los cambios y crisis que se producen con una visión positiva. A todo ello se contribuye, desde las posibilidades que ofrece para aplicar razonamientos de distinto tipo, buscar explicaciones multicausales y predecir efectos de los fenómenos económicos; proporciona conocimientos de las fuentes de información y de su utilización mediante la recogida y clasificación de la información obtenida por diversos medios, siempre que se realice un análisis de ésta. También contribuye en cuanto que se favorece el desarrollo de estrategias para pensar, para organizar, memorizar y analizar informaciones de carácter económico.
- Para que esta materia contribuya a la *autonomía e iniciativa personal* es necesario favorecer el desarrollo de iniciativas de planificación y ejecución, así como procesos de toma de decisiones, presentes más claramente en la realización de debates y de trabajos individuales o en grupo ya que implica idear, analizar, planificar, actuar, revisar lo realizado, comparar los objetivos previstos con los alcanzados y extraer conclusiones.

1. OBJETIVOS GENERALES PARA LA ETAPA DE BACHILLERATO.-

a) Ejercer la ciudadanía democrática, desde una perspectiva global, y adquirir una conciencia cívica responsable, inspirada por los valores de la Constitución española, así como por los derechos humanos, que fomente la corresponsabilidad en la construcción de una sociedad justa y equitativa y favorezca la sostenibilidad.

b) Consolidar una madurez personal y social que les permita actuar de forma responsable y autónoma y desarrollar su espíritu crítico. Prever y resolver pacíficamente los conflictos personales, familiares y sociales.

c) Fomentar la igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, analizar y valorar críticamente las desigualdades existentes e impulsar la igualdad real y la no discriminación de las personas con discapacidad.

d) Dominar, tanto en su expresión oral como escrita, la lengua castellana.

e) Expresarse con fluidez y corrección en una o más lenguas extranjeras.

f) Afianzar los hábitos de lectura, estudio y disciplina, como condiciones necesarias para el eficaz aprovechamiento del aprendizaje, y como medio de desarrollo personal.

g) Acceder a los conocimientos científicos y tecnológicos fundamentales y dominar las habilidades básicas propias de la modalidad elegida.

h) Comprender los elementos y procedimientos fundamentales de la investigación y del método científico. Conocer y valorar de forma crítica la contribución de la ciencia y la tecnología en el cambio de las condiciones de vida, así como afianzar la sensibilidad y el respeto hacia el medioambiente.

i) Utilizar con solvencia y responsabilidad las tecnologías de la información y la comunicación.

j) Conocer y valorar críticamente las realidades del mundo contemporáneo, sus antecedentes históricos y los principales factores de su evolución. Participar de forma solidaria en el desarrollo y mejora de su entorno social.

k) Conocer, analizar y valorar los aspectos culturales, históricos, geográficos, naturales, lingüísticos y sociales de la Comunidad Autónoma de Canarias, y contribuir activamente a su conservación y mejora.

l) Utilizar la educación física y el deporte para favorecer el desarrollo personal y social.

m) Desarrollar la sensibilidad artística y literaria, así como el criterio estético, como fuentes de formación y enriquecimiento cultural.

n) Afianzar el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, trabajo en equipo, confianza en sí mismos y sentido crítico.

ñ) Afianzar actitudes de respeto y prevención en el ámbito de la seguridad vial.

2. CAPACIDADES Y OBJETIVOS DEL CURRÍCULO OFICIAL DE CANARIAS PARA LA MATERIA DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA.-

De acuerdo con los **DECRETOS 187/2008**, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación del Bachillerato y **202/2008,** de 30 de septiembre, por el que se establece el currículo del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Canarias, tenemos lo siguiente:

A) La enseñanza de la Economía de la Empresa en esta etapa tendrá como finalidad el desarrollo de las siguientes capacidades:

1. Identificar la naturaleza, funciones y principales características de los tipos de empresas más representativos.
2. Apreciar el papel de las empresas en la satisfacción de las necesidades de los consumidores, en el aumento de la calidad de vida y en el bienestar de la sociedad, así como elaborar juicios o criterios personales sobre sus disfunciones.
3. Analizar la actividad económica de las empresas, en especial las del entorno inmediato, a partir de la función específica de cada una de sus áreas organizativas, sus relaciones internas y su dependencia externa. Identificar los rasgos diferenciadores de la empresa canaria y evaluar las posibilidades y perspectivas que se le presentan.
4. Reconocer la importancia que para las empresas y la sociedad tienen la investigación, las innovaciones tecnológicas y la globalización económica en relación con la competitividad, el crecimiento y la localización empresarial. Analizar estas variables en el contexto de la empresa y sociedad canaria.
5. Evaluar las posibles consecuencias sociales y medioambientales de la actividad empresarial, así como su implicación en el agotamiento de los recursos naturales, señalando su repercusión en la calidad de vida de las personas, y reconocer las estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen nuevos equilibrios entre las dimensiones económica, social y ambiental.
6. Analizar el funcionamiento de las organizaciones y los grupos en relación con la aparición y resolución de conflictos. Reconocer los sistemas de gestión del conocimiento como generadores de valor para la empresa y como fuente de ventajas competitivas.

7. Identificar las políticas de *marketing* de diferentes empresas en función de los mercados a los que dirigen sus productos.
8. Conocer e interpretar, de modo general, estados de cuentas anuales de empresas. Identificar sus posibles desequilibrios económicos y financieros, y proponer y evaluar medidas correctoras.
9. Obtener, seleccionar e interpretar información, tratarla de forma autónoma, utilizando, en su caso, de las múltiples posibilidades que las tecnologías de la información y la comunicación permiten, y aplicarla a la toma de decisiones empresariales, analizando de forma crítica informaciones de actualidad sobre hechos relevantes del ámbito empresarial internacional, nacional y regional.
10. Diseñar y elaborar proyectos sencillos de empresa, con creatividad e iniciativa, proponiendo los diversos recursos y elementos necesarios para organizar y gestionar su desarrollo, e incorporando las tecnologías de la información y la comunicación como espacio interactivo, colaborativo y de presentación de resultados. Identificar instrumentos y medidas de apoyo al emprendedurismo en Canarias.
11. Desarrollar cualidades personales como la iniciativa, la creatividad, el dinamismo, el sentido crítico, la cooperación y el trabajo en equipo, el sentido de la responsabilidad; manifestar capacidad de relación y de respuesta ante los cambios del entorno, sensibilidad ante las necesidades de los otros y flexibilidad en los planteamientos propios y ajenos; y reaccionar con intuición ante la innovación y la resolución de problemas.

B) Los objetivos del proyecto curricular son:

1. Explicar la significación que tiene el desarrollo tecnológico y la investigación para las empresas y la sociedad, en su conjunto, haciendo referencia especial al caso canario.
2. Analizar el nivel de inversión de las empresas españolas y canarias en conocimiento tecnológico e I+D+I, y su influencia en el funcionamiento global de las empresas.
3. Valorar la necesidad de adoptar el marketing social para integrar de forma efectiva la empresa dentro de la sociedad y aumentar el bienestar y la calidad de vida de la población.
4. Identificar las distintas fases del diseño de la organización de una empresa, valorando la importancia de promover la participación del factor humano.
5. Enumerar los factores que intervienen en la vida de las empresas, analizando las causas de los conflictos y problemas que se pueden presentar, estableciendo juicios y criterios personales sobre esta cuestión.
6. Caracterizar las distintas áreas de actividad de la empresa (producción, financiación, inversión, comercialización) describiendo sus funciones específicas, sus relaciones internas y su dependencia externa.
7. Planificar proyectos sencillos de iniciativa empresarial, con autonomía y creatividad, analizando los recursos necesarios, las estrategias y los aspectos fundamentales que se deben tener en cuenta al crear y organizar una empresa.
8. Buscar y registrar datos relevantes de las cuentas anuales de una empresa e interpretarlos al objeto de identificar sus desequilibrios económicos y financieros.
9. Identificar instrumentos y medidas de apoyo a la iniciativa empresarial y al emprendedurismo en Canarias, tanto aquellas de carácter público como privado.
10. Identificar las principales fuentes de financiación de las empresas y las diferentes políticas de marketing empleados por las empresas.
11. Describir el tejido empresarial de Canarias (pequeñas, medianas y grandes empresas), analizando sus retos económicos ante la globalización económica.

12. Relacionar las nuevas tecnologías de la información como fuente de ventajas competitivas para las empresas canarias, valorándolas como generadoras de creatividad y de innovación.
13. Valorar la importancia y los problemas de la organización de la distribución del trabajo en relación con los objetivos empresariales.
14. Desarrollar actitudes de autonomía y creatividad para el diseño, planificación y elaboración de proyectos sencillos de empresa, incorporando las tecnologías de la información y la comunicación en el proceso.
15. Elaborar un trabajo en grupo, utilizando diferentes fuentes de información y las nuevas tecnologías, sobre la actual situación empresarial de España, en general, y de Canarias, en particular; estableciendo la influencia que el contexto social, económico, político y cultural de un territorio ejerce sobre los modelos de empresa que surgen en él.
16. Analizar las características más relevantes de distintos tipos de empresa, identificando sus funciones e interrelaciones, reconociendo la legislación fiscal y laboral aplicable.
17. Identificar las consecuencias sociales, económicas y medioambientales del uso de los recursos naturales del entorno y la aplicación de las nuevas tecnologías en las empresas de Canarias, señalando la posible repercusión en la calidad de vida de las personas y las posibles líneas de conducta que tienen que adoptarse ante este fenómeno.
18. Obtener, seleccionar e interpretar de manera autónoma informaciones relacionadas con el mundo económico y empresarial, adecuando su tratamiento a la resolución de problemas prácticos.
19. Utilizar de forma adecuada y correcta el vocabulario propio de la materia en la elaboración de informes y trabajos de síntesis e indagación, en exposiciones orales, debates, etc.

3. CONTENIDOS DEL CURRÍCULO OFICIAL DE CANARIAS PARA LA MATERIA DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA.-

I. La empresa

- Actividad económica y empresa
- Las funciones de la empresa en la economía
- La empresa y el empresario
- El funcionamiento económico de las empresas
- Los componentes de la empresa
- Objetivos de la empresa
- Teorías sobre la empresa
- La empresa y los tipos de mercado

- Criterios de clasificación de las empresas
- Las empresas según su forma jurídica
- El empresario individual
- Las sociedades personalistas
- La sociedad de responsabilidad limitada
- La sociedad anónima
- Las empresas de economía social o de interés social

- El entorno de la empresa
- El entorno específico o sectorial: la empresa y el mercado

- Las fuerzas competitivas del sector
- Análisis estratégico: el método DAFO
- La estrategia competitiva de la empresa
- La responsabilidad social y medioambiental
- El marco jurídico de la actividad empresarial

- Identificación de los objetivos de la empresa
- Caracterización de las diferentes teorías sobre la empresa
- Definición del concepto de empresa
- Diferenciación de los distintos tipos de mercado
- Clasificación y descripción de las empresas según su forma jurídica
- Identificación y descripción de los diferentes factores del entorno de la empresa.
- Aproximación a la cultura empresarial en Canarias.
- Diferenciación de los factores del entorno que son comunes al conjunto de las empresas de aquellos otros que afectan de forma individualizada a cada una de ellas.
- Comparación de las condiciones de funcionamiento entre los mercados competitivos de otros que no lo son.
- Clasificación de las diferentes estrategias que puede adoptar una empresa para ser competitiva.
- Lectura, interpretación y síntesis de textos que pongan de manifiesto los costes sociales que han provocado determinadas empresas en Canarias.
- Clasificación y diferenciación de los diferentes ámbitos de responsabilidad social de la empresa.
- Análisis del marco jurídico que regula la actividad empresarial.
- Caracterización de las organizaciones de tipo empresarial y sus objetivos y funciones en un determinado contexto económico y social.
- Análisis de materiales de prensa, por ejemplo anuncios en los que se convoque la Junta General de Accionistas de una sociedad anónima para identificar qué clase de junta se convoca y las competencias que tiene.
- Elaboración de esquemas que indiquen las diferencias entre las distintas formas jurídicas de empresa y cuáles son las ventajas y desventajas que tiene cada una de ellas.
- Planteamiento y realización de debates acerca de las ventajas y los inconvenientes que tienen las empresas de economía social con respecto a otras clases de empresas.
- Interés por los problemas que se generan en las sociedades anónimas por los diferentes objetivos de los propietarios de las empresas y los gestores de las mismas.
- Toma de conciencia de la importancia de la responsabilidad social, ética y medioambiental de la empresa.
- Valoración del papel que juega la empresa en el funcionamiento de una economía como proveedora de bienes y servicios, destacando el papel del tejido empresarial de Canarias en la economía canaria y en la española.
- Reconocimiento e identificación del papel que juegan los diversos grupos de intereses que tienen relación con la empresa.
- Valoración de las distintas formas jurídicas de empresa con las ventajas que tiene cada una de ellas para determinadas clases de empresas.
- Valoración de la responsabilidad social de las empresas con especial mención a las de economía social.

II. Desarrollo de la empresa

- Localización y dimensión empresarial
- Localización y nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
- La localización comercial y de servicios
- La deslocalización empresarial.

- La dimensión de las empresas
- La dimensión de la empresa canaria.
- El proceso de crecimiento de las empresas
- Especialización versus diversificación
- Integración vertical versus subcontratación
- Estrategias de crecimiento interno y externo.
- La importancia de las PYME en la economía
- Internacionalización y competencia global: las EM
- La empresa canaria en los nuevos escenarios competitivos.

- Explicación de los diferentes factores de localización y dimensión de la empresa.
- Reconocimiento de la importancia de las pequeñas y medianas empresas en la economía canaria y sus estrategias de producto y mercado.
- Análisis de los factores condicionantes de la localización empresarial, con especial referencia a Canarias.
- Identificación de los aspectos positivos y negativos de la empresa multinacional.
- Distinción entre los objetivos que persigue la localización industrial de los que se pretenden con la localización comercial y de servicios.
- Exposición de los criterios más utilizados para medir la dimensión de las empresas.
- Comparación de las ventajas e inconvenientes que poseen tanto las pymes como la gran empresa.
- Distinción entre la estrategia de especialización y la estrategia de diversificación como caminos alternativos de crecimiento empresarial.
- Identificación de las ventajas e inconvenientes que tiene el proceso de integración vertical.
- Identificación de las características de la empresa multinacional.
- Identificación de los aspectos positivos y negativos de la empresa multinacional.
- Consideración de la importancia de las cooperativas como motores de desarrollo económico y social.
- Identificación y análisis de las diferentes estrategias que puede adoptar una empresa multinacional para entrar en nuevos países.
- Valoración de la importancia que tienen para el futuro de la empresa las decisiones de localización y dimensión.
- Ser conscientes de que las decisiones sobre localización y dimensión deben adoptarse de manera conjunta.
- Valoración crítica de las decisiones que toman determinadas empresas, que obteniendo beneficios deciden deslocalizarse para incrementarlos sin tener en cuenta los costes sociales que se producen.
- Valoración de la importancia del crecimiento empresarial como forma de supervivencia de las empresas.
- Capacidad para reconocer cómo a lo largo de un proceso industrial el producto va ganando en valor.
- Actitud crítica hacia las actuaciones de algunas multinacionales que incurren en prácticas en determinados países que no se darían en el de la matriz.

III. Organización y dirección de la empresa

- La dirección de la empresa. La dirección estratégica.
- Las funciones directivas.
- Las decisiones y sus tipos.
- La planificación.
- Estilos de gestión y liderazgo.

- El control.
- La dirección por objetivos.
- Dirección y nuevas tecnologías de la información
- La gestión del conocimiento en la empresa del siglo XXI.

- La organización de las empresas y recursos humanos
- La división técnica del trabajo y la necesidad de organización.
- Principios de organización.
- El reflejo de la organización: el organigrama.
- Diseño de la estructura de la organización.
- La organización formal e informal.
- Principales modelos de estructura organizativa
- El problema de la motivación humana. Técnicas de motivación.
- El liderazgo.
- La comunicación en la empresa.
- Reclutamiento, selección y formación de personal.
- Los conflictos de intereses y sus vías de negociación
- Sociedad del conocimiento y recursos humanos en la empresa canaria.

- Análisis de las ventajas e inconvenientes de los distintos estilos de dirección.
- Identificación de la necesidad de una dirección capacitada para que la empresa funcione.
- Confección de un plan para una empresa determinada siguiendo los pasos habituales.
- Identificación de los requisitos que deben cumplir los objetivos de una empresa.
- Análisis de las opciones que se pueden dar en caso de conflicto de objetivos.
- Identificación de las distintas etapas del control.
- Diferenciación de las distintas clases de información que existen en la empresa.
- Realización de un plan de dirección por objetivos.
- Identificación de la importancia de la creación de valor como determinante de las decisiones de la dirección de la empresa.
- Reconocimiento de sistemas que pongan en práctica la gestión del conocimiento.
- Elaboración de organigramas a partir de ejemplos concretos.
- Análisis de organigramas de diferentes tipos de empresas.
- Planificación y realización de departamentalizaciones de empresas utilizando diferentes criterios.
- Identificación de las diferencias esenciales entre los diseños de organización vertical, de equilibrio y horizontal.
- Identificación, a través de ejemplos concretos, de las maneras de aprovechar una organización informal para reforzar la formal.
- Diferenciación de las distintas formas de relación existentes entre los componentes de una empresa.
- Identificación de los distintos elementos de una estructura organizativa.
- Identificación de los sistemas de motivación existentes en la empresa.
- Análisis de las características que debe tener un líder.
- Planteamiento y realización de debates acerca de los motivos por los que un líder utiliza determinadas fuentes de poder y no otras.
- Identificación y análisis comparativo de las ventajas y los inconvenientes que tiene el trabajo en equipo en una empresa.
- Análisis del proceso de comunicación.
- Identificación y valoración de los diferentes tipos de canales de comunicación que pueden utilizarse en una empresa.

- Análisis de ofertas de empleo aparecidas en los medios de comunicación.
- Análisis y valoración de los derechos de los trabajadores cuando existe un conflicto laboral.
- Actitud crítica hacia los distintos sistemas de motivación existentes.
- Valoración de los beneficios y perjuicios de los sistemas de retribución variables.
- Capacidad para reconocer las fuentes de poder que utiliza un directivo o un líder.
- Evaluación crítica de las cualidades que tiene un líder frente a las de un directivo.
- Valoración de los pros y los contras de los grupos de trabajo indicando en qué casos pueden ser más o menos convenientes.
- Valoración de los procesos de comunicación de una empresa y capacidad de elección de la manera más adecuada de comunicación en cada caso particular.
- Análisis crítico de los procesos de selección de personal.
- Valoración y reflexión sobre cuáles pueden ser las ventajas y los inconvenientes de cada una de las diferentes formas organizativas.
- Capacidad crítica para detectar los fallos organizativos que pueda tener una empresa.
- Actitud crítica hacia las nuevas formas organizativas complejas y los problemas que pueden presentarse en ellas para la estabilidad de los trabajadores.
- Actitud crítica ante las formas organizativas simples y sus diferentes principios organizativos.
- Sensibilidad ante la necesidad de que la empresa se organice para poder aprovechar todos sus recursos.
- Valoración de las distintas capacidades que debe tener la dirección.
- Capacidad de estructurar planes tácticos y operativos a partir de un plan estratégico.
- Ser consciente de los problemas que se derivan de un conflicto de objetivos.
- Valoración de las consecuencias de utilizar cada uno de los criterios existentes para la toma de decisiones.
- Análisis crítico de los distintos criterios de control.
- Actitud crítica ante la dirección por objetivos.
- Valoración de las distintas clases de contrato laboral que existen.
- Actitud crítica ante la utilización de la creación de valor como único objetivo de la empresa.
- Valoración de la necesidad de una gestión correcta del conocimiento en la empresa.

IV. La función productiva

- El área de producción de la empresa
- Tipos de sistemas productivos
- Producción y eficiencia
- Costes, ingresos y beneficios de la empresa
- Los componentes del coste
- El umbral de rentabilidad
- El equilibrio de la empresa en competencia perfecta
- La reducción de costes como estrategia competitiva
- La productividad como indicador de la eficiencia
- Producción, costes y externalidades en la empresa canaria.
- La inversión tecnológica en I+D+i como factor de competitividad y de progreso socioeconómico. Su evaluación en Canarias.
- Competitividad e I+D+i
- Competitividad y calidad
- Los inventarios de la empresa
- Modelos de gestión de inventarios
- Nuevos sistemas de gestión de inventarios
- Valoración de inventarios
- Las externalidades de la producción

- Análisis y valoración de las relaciones entre producción y medio ambiente y de sus consecuencias para la sociedad.
- Identificación de los diferentes tipos de utilidad que incorpora un producto.
- Descripción de los tipos de sistemas productivos.
- Identificación de los procesos productivos que son técnica y económicamente más eficientes a partir de datos aportados.
- Hallar a partir de unos datos la función de producción.
- Distinción entre costes fijos y costes variables y distinción entre costes directos y costes indirectos.
- Distinción entre producción marginal y producción media.
- Análisis de los rendimientos decrecientes y lo que ello supone para la función de producción.
- Alcanzar el nivel óptimo de producción en una empresa.
- Distinción entre los costes medios y los costes marginales.
- Cálculo del umbral de rentabilidad.
- Realización de casos prácticos de cálculo de la productividad de diferentes factores.
- Distinción de los distintos métodos de aprendizaje por los que se adquiere o incorpora nueva tecnología.
- Distinción entre investigación básica, aplicada y desarrollo tecnológico.
- Realización de casos en los que el crecimiento de la productividad sea consecuencia de distintas causas.
- Aplicar en ejemplos sencillos el método PERT de programación, evaluación y control de proyectos.
- Utilizar a través de supuestos sencillos los gráficos de Gantt.
- Exposición de los tipos de costes en los que incurre una empresa como consecuencia de la necesidad de mantener unos inventarios.
- Realización de casos prácticos de cálculo sobre el modelo de Wilson de gestión de inventarios.
- Análisis de los nuevos sistemas de gestión de inventarios.
- Descripción de la función de investigación y desarrollo en las empresas.
- Actitud abierta ante el desarrollo tecnológico y su repercusión sobre los diferentes sistemas productivos.
- Toma de conciencia de la importancia que tiene la eficiencia para la competitividad de una empresa.
- Valoración de la relación existente entre la eficiencia técnica y la económica.
- Valoración del problema que trae incrementar la producción con el aumento de un solo factor de producción.
- Actitud crítica ante aquellos que piensan que vender más es equivalente a ganar más.
- Ser consciente de que siempre hay un mínimo por debajo del cual se pierde dinero.
- Valoración de las externalidades de la producción.
- Actitud abierta ante el desarrollo tecnológico y su repercusión sobre los diferentes sistemas productivos.
- Toma de conciencia de la importancia que tiene la eficiencia para la competitividad de una empresa.
- Valoración del papel que tiene la productividad a la hora de negociar las subidas salariales de los trabajadores.
- Ser conscientes de la relación que existe entre la mejora de la productividad y la disminución de los costes.
- Valoración de la importancia que tiene para una empresa el manejo apropiado de sus inventarios.
- Actitud crítica ante algunas empresas que, aprovechando su poder sobre los proveedores, les trasladan a estos el coste de almacenamiento de suministros.
- Valoración positiva de la intervención del Estado a la hora de fomentar la investigación en las empresas.

V. La función comercial de la empresa

- Concepto y clases de mercado.
- La función comercial de la empresa
- La actividad comercial y su evolución
- El proceso de planificación de marketing
- El mercado y la demanda
- Investigación de mercados
- Análisis del consumidor
- La segmentación de mercados
- Estrategias de segmentación y posicionamiento
- Estrategia de marketing y ética empresarial
- El marketing mix: instrumentos
- La política de producto
- La identificación del producto
- El ciclo de vida del producto
- La política de precios
- La comunicación o promoción del producto
- La distribución comercial
- Marketing y nuevas tecnologías. Aplicación al marketing de las tecnologías de la información y la comunicación.
- El proceso de comercialización y *marketing* en la empresa canaria.

- Preparación de un plan de marketing para una empresa ficticia.
- Realización de estudios sobre el posicionamiento de un determinado producto en el mercado.
- Elaboración de trabajos que impliquen segmentar un mercado para una determinada empresa.
- Planteamiento y realización de debates sobre casos en los que se tenga que definir cuál es el mercado de una empresa y cuál es su demanda potencial.
- Identificación de posibles objetivos de marketing estratégico y de marketing mix para una empresa concreta.
- Estudio de casos prácticos en los que haya que analizar las distintas estrategias de marketing que puede emplear una empresa.
- Reflexión sobre la conveniencia de la utilización de métodos cualitativos o cuantitativos en la recogida de información primaria.
- Análisis del proceso de comercialización y marketing en la empresa canaria.
- Desglose de los distintos componentes de un producto.
- Análisis de los atributos que tiene un producto.
- Realización de un trabajo de investigación sobre las diferentes marcas de productos más conocidas por los alumnos.
- Planteamiento de debates sobre las fases de la vida de un producto.
- Identificación de diferentes políticas de precio seguidas por los fabricantes.
- Identificación de los mejores canales de distribución para algunos productos.
- Análisis de un nuevo instrumento del departamento comercial: el comercio electrónico y el marketing on-line.
- Reflexión y debate sobre los motivos por los cuales determinada publicidad se considera ilícita.
- Reflexión sobre cuáles de los componentes del producto son los que más influyen sobre el consumidor a la hora de realizar la compra.
- Actitud crítica hacia las marcas y lo que significan para los consumidores.
- Capacidad para conocer si un producto tiene un ciclo de vida corto o largo y en qué punto del mismo se encuentra.

- Valoración de las diferentes políticas que hay detrás de un precio alto o bajo.
- Ser conscientes de la importancia de los canales de distribución para poner en contacto a productores y consumidores.
- Capacidad crítica para detectar la posible ilegalidad de determinadas campañas de publicidad.
- Sensibilidad y capacidad crítica a la hora de analizar las políticas de marketing mix que hay detrás de un producto determinado.
- Valoración crítica de los distintos enfoques del marketing y de su objetivo prioritario de vender productos.
- Actitud crítica ante la información y los mensajes procedentes de las redes y los medios de comunicación.
- Interés por estar bien informado y actitud crítica ante aquellos comportamientos que atenten contra los derechos de los consumidores.
- Reconocimiento y sensibilidad de la importancia que tiene para los consumidores el estar bien informados de sus derechos.

VI. La información en la empresa

- El patrimonio y las cuentas de la empresa
- El patrimonio de la empresa. Elementos y masas patrimoniales
- Contenido y forma del Balance de Situación.
- La Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
- Las obligaciones contables de las empresas
- Análisis económico de la empresa.
- Análisis de la rentabilidad de la empresa.
- Rentabilidad y estructura financiera de la empresa.
- Del balance social al balance ético de las empresas.
- Concepto de tributo.
- La fiscalidad empresarial: definición, naturaleza y hecho imponible de los principales impuestos.
- La fiscalidad de la empresa en Canarias.

- Análisis de la Cuenta de Resultados de una empresa.
- Elaboración del balance y la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Análisis e interpretación de la información contable.
- Justificación de la importancia que tiene la información contable.
- Explicación de los elementos patrimoniales que componen una empresa.
- Clasificación de las partidas de activo y de pasivo que se incluyen en un balance.
- Análisis de las diferentes partidas que se representan en un balance tipo.
- Explicación del sistema de recogida de datos basado en la partida doble.
- Identificación de los diferentes resultados que están incluidos en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
- Realización de casos prácticos de elaboración de balances y Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
- Conocimiento de las leyes que fijan las normas a seguir para elaborar la contabilidad.
- Descripción de las diferentes formas de valorar un elemento patrimonial.
- Ser consciente de la importancia que tiene la información económica para adoptar decisiones.
- Valoración del papel de las instituciones públicas que tratan de garantizar la transparencia en la información económica que elaboran las empresas.
- Ser conscientes del rigor y la precisión que se necesitan para elaborar la información económica de una empresa.
- Valoración crítica de la fiscalidad de la empresa en Canarias.
- Tomar conciencia de la importancia que tiene para el empresario individual llevar la contabilidad de su empresa de forma separada a la de su patrimonio personal.

- Valoración de la importancia que tiene la intervención del Estado a la hora de calcular el beneficio neto como consecuencia de la existencia de impuestos.
- Valoración positiva de la existencia de unas leyes comunes que permiten la comparación de la información económica de diferentes empresas.

VII. La función financiera

- Las decisiones financieras de la empresa.
- La estructura económica y financiera de la empresa.
- Análisis financiero del balance: El fondo de maniobra.
- Equilibrios y desequilibrios financieros.
- El ciclo de explotación y el periodo de maduración.
- El periodo medio de maduración.
- Rentabilidad económica y financiera de la empresa

- La inversión en la empresa
- Las decisiones de inversión.
- La equivalencia de capitales en el tiempo
- Criterios de selección de inversiones: El VAN (2).
- La tasa interna de rentabilidad (TIR).
- Criterios estáticos de selección de inversiones.
- La amortización de las inversiones

- Las fuentes de financiación de las empresas.
- La constitución del capital inicial.
- Las ampliaciones del capital social.
- El derecho preferente de suscripción.
- La financiación interna o autofinanciación.
- La financiación ajena a corto plazo.
- La financiación ajena a medio y largo plazo.

- Evaluación de la función financiera en la empresa canaria.
- Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa.
- Viabilidad económica y financiera de un proyecto de inversión.
- Análisis del Balance como estado contable que refleja la estructura económica y financiera de la empresa.
- Elaboración gráfica de Balances con cifras expresadas en tantos por ciento del total.
- Comparación de las partidas de activo fijo y activo circulante con las fuentes que las financian.
- Realización, a partir de un Balance sencillo, de casos prácticos de cálculo en los que se determine la cuantía del fondo de maniobra.
- Explicación de las diferentes ratios que existen para detectar situaciones de equilibrio y desequilibrio financiero.
- Interpretación de los resultados obtenidos al aplicar las diferentes ratios a un Balance sencillo.
- Análisis del ciclo de explotación de una empresa y realización de casos prácticos de cálculo donde se obtenga el período medio de maduración.
- Comparación de las características y circunstancias que provocan una situación de suspensión de pagos y una quiebra.
- Clasificación de las inversiones en función de su aplicación.

- Análisis de los diferentes condicionantes económicos y técnicos de una inversión.
- Realización de casos prácticos de cálculo sobre proyecciones de capitales financieros a lo largo del tiempo.
- Clasificación de los métodos de selección de inversiones financieros y no financieros.
- Explicación del criterio del valor actual neto (VAN) de selección de inversiones.
- Explicación de la tasa interna de rentabilidad (TIR) como criterio de selección de inversiones.
- Descripción de los criterios estáticos de selección de inversiones.
- Análisis de la amortización como forma de imputación del valor de las inversiones y de reconocimiento económico de la pérdida de valor de los activos.
- Diferenciación entre liquidez, riesgo y rentabilidad de una inversión financiera.
- Clasificación de los mercados financieros.
- Clasificación de las fuentes financieras según la propiedad de los recursos, según el tiempo de permanencia en la empresa y según su procedencia.
- Análisis de un Balance de una SA que ponga de manifiesto la existencia de capital suscrito y capital desembolsado.
- Distinción entre las diferentes formas de valoración de una acción.
- Realización de casos prácticos de cálculo de la prima de emisión en una ampliación de capital.
- Realización de casos prácticos de cálculo del derecho de suscripción preferente que se genera en una ampliación de capital.
- Distinción entre la autofinanciación por mantenimiento y la autofinanciación por enriquecimiento.
- Explicación de las fuentes de financiación ajena a corto y a medio y largo plazo.
- Análisis de las diferencias que existen entre acciones y obligaciones.
- Explicación del sistema fiscal español, de los tributos y de los conceptos tributarios básicos.
- Enumeración de los diversos colectivos que están interesados en el conocimiento de los resultados de una empresa.
- Análisis de la Cuenta de Resultados mediante el uso de tantos por cientos de participación de cada una de las partidas que la integran.
- Realización de casos prácticos de cálculo que permitan obtener el margen de ventas y la cuota de mercado de una empresa.
- Utilización de gráficos para identificar el volumen de ventas que hace que la empresa tenga pérdidas y el volumen de ventas que hace que tenga beneficios.
- Descripción de las diferentes rentabilidades que se pueden obtener de la relación entre el Balance y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.
- Análisis de los diferentes impuestos que gravan las rentas empresariales.
- Interés por conectar la economía real de una empresa con su traducción contable en el Balance.
- Valoración de la importancia que tiene el análisis de los estados contables para detectar situaciones que pudieran desembocar en una suspensión de pagos o en una quiebra.
- Ser consciente de la importancia que tiene para la toma de decisiones el análisis de los estados contables.
- Valoración positiva del papel del Estado como garante de la continuidad empresarial ante una situación de suspensión de pagos.
- Ser consciente de la existencia de costes de oportunidad cuando se inmovilizan los recursos durante el ciclo de explotación empresarial.
- Ser conscientes de la necesidad que tienen las empresas de invertir para garantizar su competitividad.
- Ser conscientes de que los criterios matemáticos deben ser complementados con la valoración subjetiva de quien debe adoptar la decisión última de invertir.
- Valoración de la importancia que tiene, para decidir acometer la inversión, conocer la tasa interna de rentabilidad como dato a comparar con el tipo de interés vigente.
- Ser conscientes de la existencia de riesgo a la hora de abordar determinadas inversiones en entornos políticamente inestables.

- Valoración positiva del papel de la amortización como forma de hallar el coste real de los productos y como fórmula de autofinanciación empresarial.
- Valoración de la importancia que tiene la existencia de unos mercados financieros regulados para garantizar la transparencia en su funcionamiento.
- Ser conscientes de la importancia que tiene una buena gestión financiera para la supervivencia de la empresa.
- Valoración del papel de las instituciones públicas para garantizar que el capital de las empresas tenga un verdadero respaldo económico.
- Ser conscientes de la importancia que tiene la autofinanciación como fuente financiera de las pymes.
- Actitud crítica ante aquellas situaciones en las que una excesiva presión por parte de los acreedores financieros no permite llevar a cabo una adecuada gestión de los negocios.
- Postura favorable ante las ayudas financieras que facilitan determinadas instituciones públicas para que se puedan poner en marcha proyectos empresariales.
- Valoración del interés de algunas empresas por el cuidado en la presentación de sus resultados para que puedan ser accesibles para todos los colectivos interesados.
- Habituarse a la idea de que la empresa debe abordar una serie de costes produzca o no.
- Ser consciente de la relación que existe entre costes fijos y tamaño empresarial.
- Valoración de la importancia que tiene para una empresa obtener una rentabilidad adecuada de sus inversiones.
- Valoración del compromiso ético que adquieren determinadas empresas en su relación con la sociedad.
- Valoración positiva de la contribución de las empresas al sostenimiento de los gastos públicos.
- Actitud crítica hacia aquellas empresas que maquillan sus resultados con el objetivo de pagar menos impuestos.

VIII. Proyecto empresarial

- El proyecto de iniciativa empresarial
- El punto de partida: la idea inicial.
- El plan de empresa o de negocio.
- El estudio del mercado.
- Estudio económico-financiero de viabilidad.
- Ayudas e incentivos.
- Trámites para la constitución y puesta en marcha de una empresa
- Creatividad e iniciativa empresarial

- Desarrollo de un plan de negocio sencillo, desde la búsqueda de la idea hasta el análisis de la viabilidad económica, financiera y comercial.
- Realización de simulaciones sobre creación de empresas en las que haya que escoger la forma jurídica más adecuada para ella y se necesiten realizar los trámites para constituirla.
- Identificación de los impresos necesarios para poder efectuar los trámites de la puesta en marcha de una sociedad y aprender cómo se tienen que rellenar y los datos que se piden en ellos.
- Preocupación por la búsqueda de la forma jurídica más adecuada para cada proyecto empresarial.
- Autonomía para poder realizar los trámites de creación de una empresa sin necesidad de recurrir a asesores jurídicos.
- Valoración positiva de la iniciativa empresarial como elemento generador de riqueza, especialmente en el entorno canario.

4. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y SU RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS BÁSICAS.-

La materia de *Economía de la Empresa* mantiene una vinculación especial con la competencia básica **nº 2. Competencia Matemática, la nº 3, Conocimiento e interacción con el medio físico, y la nº 5, Social y Ciudadana**. Así, *los nuestros enunciados se relacionan con alguna de las tres de forma implícita*. Pero su contribución es decisiva para el desarrollo de otras. Destacamos, a continuación, las relaciones con las competencias básicas recogidas en los currículos oficiales:

COMPETENCIAS BÁSICAS	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL PROYECTO CURRICULAR
1. Comunicación Lingüística **2. Matemática** **3. Conocimiento e interacción con el medio físico** 4. Tratamiento de la información y competencia digital **5. Social y ciudadana** 6. Cultural y artística 7. Aprender a aprender 8. Autonomía e iniciativa personal	1. Aplicar la terminología económica específica de la materia al análisis de fenómenos y problemas relacionados con la organización de la empresa y como herramienta de aprendizaje, empleando toda la variedad de fuentes disponibles para extraer información global y específica (C. B. 1, 2, 4, 7, 8) 2. Utilizar, de forma individual y en grupo, las tecnologías de la información y la comunicación, analizando críticamente la amplia información disponible en la Red sobre la materia y mostrando interés por su uso de forma ética, autónoma y reflexiva. (C. B. 2, 4, 5, 6, 7, 8) 3. Debatir, siguiendo las normas básicas de la comunicación oral, sobre la utilización de los recursos naturales y la aplicación de las nuevas tecnologías en la organización empresarial, mostrando actitudes críticas y reflexivas ante el impacto sobre el entorno natural y socio-económico de tales fenómenos. (C. B. 1, 2, 3, 5, 8) 4. Interpretar y exponer datos de carácter económico (tablas, gráficos, estadísticas, etc.) sobre datos empresariales relacionados con el tejido empresarial canario, procedentes de distintos tipos de fuentes (impresas, audiovisuales y digitales). (C. B. 1, 2, 3, 4, 7, 8) 5. Analizar de forma crítica y documentada la significación de las empresas canarias en la economía y el mercado laboral canario y español, caracterizando las diferentes áreas de actividad empresarial en Canarias. (C. B. 2, 3, 6, 7, 8) 6. Analizar los elementos y principios básicos que rigen el funcionamiento y organización empresarial, en especial el ámbito de los recursos humanos, elaborando juicios y criterios personales sobre los retos a los que se enfrentan las empresas, especialmente las canarias, en el

	actual entorno globalizado e interdependiente. (C. B. 2, 3, 5, 7, 8) 7. Obtener, seleccionar e interpretar informaciones sobre los niveles de productividad, competitividad y calidad de las empresas españolas, en general, y canarias, en particular, utilizando métodos y tecnologías adecuadas en cada caso, reflexionando, de manera crítica, sobre sus posibilidades y limitaciones de crecimiento y crisis. (C. B. 1, 2, 4, 5, 7, 8) 8. Planificar la elaboración de un trabajo de investigación sobre un hecho o producto de carácter empresarial, mediante la búsqueda y análisis de informaciones de diferente procedencia, reconociendo las distintas interpretaciones en función de posibles circunstancias y causas que las explican. (C. B. 1, 2, 4, 7, 8) 9. Planificar proyectos sencillos y estrategias de iniciativa empresarial, analizando los aspectos y recursos necesarios para la creación y organización de empresas. (C. B. 1, 2, 4, 7, 8) 10. Interpretar balances y cuentas de pérdidas y ganancias de casos sencillos de empresas, para diagnosticar su situación patrimonial, financiera y económica, detectando desequilibrios y proponiendo medidas para su mejora. (C. B. 1, 2, 4, 7, 8)

5. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS.-

1. El papel de la empresa en la economía

Esta unidad didáctica acercará a los alumnos a la realidad de la empresa y del empresario en el mundo actual, entendida como el resultado de una evolución histórica en la que intervienen un entorno cambiante y dinámico y un conjunto de grupos sociales que se relacionan a través de la empresa, pero que tienen objetivos diferentes.
En ella se resume la totalidad de los problemas que serán tratados posteriormente. La unidad plantea la empresa como sistema socio–técnico, analizando las características del mismo y sus objetivos internos y externos. Refiere los medios de los que dispone para llevarlos a cabo en su nivel más general y plantea las necesidades de organización y estructura que debe tener toda institución.
Si los alumnos entienden y sistematizan los conocimientos adquiridos en esta unidad, tendrán un esquema general del curso con el que podrán establecer un aprendizaje significativo que les permitirá tener una visión panorámica de las cuestiones esenciales del mundo de la empresa.
Por otro lado, los alumnos deben entender que la empresa es un mecanismo más de la sociedad que estructura la organización económica, ya que al ser la unidad básica de producción de los bienes y servicios, coordina los factores productivos mediante criterios de eficiencia, con el objetivo de solucionar, de la mejor manera posible, el problema de la escasez, base de toda decisión económica.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Entender la naturaleza de la actividad económica.
- Identificar los aspectos básicos de la organización económica que soluciona la empresa, así como las funciones que desarrolla la empresa en la economía de mercado.
- Conocer las diferentes áreas funcionales de la empresa y clasificar las actividades que se realizan dentro de la empresa según estas áreas.
- Describir el funcionamiento económico de la empresa y el ciclo de producción que se desarrolla en ella.
- Reconocer los diferentes componentes de la empresa, aplicándolos a la realidad de empresas concretas.
- Describir la creación de utilidad a través de la cadena de valor de la empresa.
- Relacionar los diferentes agentes económicos y los mercados como mecanismos de coordinación.
- Diferenciar los diferentes tipos de mercado atendiendo a su competencia.
- Clasificar y distinguir los diferentes grupos sociales relacionados con la empresa, así como los objetivos que persiguen dentro de ella, y relacionarlos con los distintos objetivos que se plantean en la empresa.
- Distinguir las diferentes teorías sobre el empresario y la empresa a lo largo de la historia y relacionarlas entre sí.
- Valorar la figura del empresario sin prejuicios y de acuerdo con la realidad actual.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Definir e identificar los diferentes recursos y agentes económicos, y las interacciones que se establecen entre ellos.
- Definir, distinguir y relacionar las distintas partes del ciclo productivo, las áreas funcionales y los componentes de la empresa.
- Caracterizar el funcionamiento de los mercados y los diferentes tipos de ellos que existen según su competencia.
- Explicar las causas de los diferentes tipos de objetivos que se plantean en la empresa a partir de los grupos sociales que actúan en ella.
- Describir las diferentes teorías sobre la empresa y la figura del empresario.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

El estudio del mundo de la empresa, en el que la capacidad de decidir y actuar individualmente es tan importante, supone una excelente manera de favorecer en nuestros alumnos el desarrollo de la **competencia de la autonomía e iniciativa personal**. En esta unidad didáctica, dicha competencia puede abordarse especialmente en la sección *Temas de reflexión y debate*, en la que se plantea el éxito en los negocios y su relación con la suerte.

También se puede trabajar con esta unidad el desarrollo de la **competencia para aprender a aprender** a través de las actividades que se plantean en ella, con ejercicios de síntesis y análisis que permiten encarar diversos problemas intelectuales.

Asimismo, se puede desarrollar la **competencia matemática y la competencia sobre el tratamiento de la información** con el uso de ratios para analizar datos del mercado y de la empresa.

Por último, la competencia social y ciudadana puede tratarse al presentar la función social de la empresa y la responsabilidad del empresario, temas que se abordarán más detenidamente en unidades posteriores.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. La actividad económica: preguntas básicas.
2. Las relaciones entre los agentes económicos y la coordinación entre ellos.
3. Las funciones de la empresa en la economía de mercado.
4. Teorías y evolución del concepto de empresario y la visión actual.
5. Concepto de beneficio y de rentabilidad.
6. El ciclo de producción.
7. Componentes de la empresa.
8. Los grupos sociales de la empresa.
9. Áreas funcionales de la empresa.
10. Los diferentes objetivos de la empresa.
11. Teorías sobre la empresa.
12. El mercado y clasificación según el grado de competencia que se da en él.

PROCEDIMIENTOS

- Clasificación y descripción de los medios de producción, así como de los agentes económicos y de los mecanismos de coordinación o mercados.
- Creación y utilización de gráficos para mostrar las relaciones entre los agentes económicos, la creación de valor y el ciclo de producción.
- Creación y utilización de cuadros comparativos para el estudio y análisis de las diferentes teorías sobre el empresario, la empresa y los distintos tipos de mercado atendiendo a la competencia.
- Clasificación y diferenciación de las diferentes áreas de la empresa y de los componentes que la constituyen.
- Diferenciación de los diferentes objetivos de la empresa y de las causas que los originan.
- Creación y utilización de mapas conceptuales para sintetizar la realidad de la empresa y sus diferentes dimensiones.
- Aplicación de los diferentes contenidos a la realidad mediante ejemplos cercanos extraídos de los medios de comunicación.

ACTITUDES

- Valoración de la complejidad de las interacciones entre los diferentes elementos y agentes que participan en la actividad económica.
- Concienciación de la importancia de la empresa en la sociedad actual como generadora de riqueza y creadora de utilidad de los bienes y servicios.
- Valoración crítica y sin prejuicios de la figura del empresario y del origen de los beneficios que genera su actividad.
- Reconocimiento de la importancia de los diferentes grupos sociales que participan en la realidad de la empresa.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- AGUIRRE SÁDABA, A.: *Fundamentos de economía y administración de empresas.* Editorial Pirámide, 1995.
- BUENO, E., CRUZ, I., y DURÁN, J. J.: *Economía de la empresa. Análisis de decisiones empresariales*. Editorial Pirámide, 1996.
- JOHNSON, R. A., y KAST, F. E.: *La administración en las organizaciones. Un enfoque de sistemas*. Editorial McGraw-Hill, 1987.

Recursos en la red

- Revista especializada en el mundo de la empresa: www.emprendedores.es

2. Clases y formas de empresa

La presente unidad se centra en el estudio de las formas de empresa más significativas desde la perspectiva jurídica. Además de las principales características que definen cada tipología, se lleva a cabo un análisis de la adaptabilidad a cada tipo de negocio.
Es fundamental que los alumnos y alumnas cuenten con las herramientas necesarias para emitir juicios a cerca de por qué unas formas jurídicas son más adecuadas que otras para cada una de las diferentes clases de empresa. Para ello es preciso que, además de las características técnicas de cada estructura jurídica, se parta de la realidad, y se justifique de forma razonada por qué unas se adaptan mejor que otras a diferentes formas de negocio, teniendo en cuenta el riesgo que quieren asumir los propietarios, la relación entre ellos, el objetivo y dimensión empresarial, etc.
En definitiva, el objetivo prioritario de esta unidad es que el alumno llegue a conocer las características principales de las distintas formas de empresa desde el punto de vista jurídico, y analice razonadamente la forma jurídica más apropiada a situaciones concretas.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Conocer los principales criterios de clasificación de las empresas.
- Aplicar a situaciones reales los principales criterios de clasificación de las empresas.
- Explicar las diferencias y similitudes existentes entre las distintas formas jurídicas de empresa reconocidas por la legislación de nuestro país.
- Analizar las características más relevantes de los distintos tipos de empresas.
- Conocer las empresas de economía social, las personalistas y las capitalistas.
- Elaborar juicios y criterios personales relativos a las distintas formas de empresa.
- Señalar las diferencias de las empresas de economía social respecto a otras formas jurídicas y sus posibles ventajas e inconvenientes.
- Analizar las formas que adopta el capital en los diferentes tipos de empresa.
- Manifestar iniciativa personal, capacidad de organización y eficiencia en los trabajos realizados tanto de forma individual como colectiva.
- Identificar las ventajas y los inconvenientes de cada una de las diferentes formas de empresa estudiadas en la unidad.
- Identificar cuál es la forma de empresa más conveniente para distintos supuestos de negocio con diferentes tamaños y finalidades.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Describir e identificar los principales criterios de clasificación de las empresas.
- Distinguir las diferencias esenciales que hay entre las distintas formas de empresa en cuanto al número de socios, las formas de acceso a la propiedad, la responsabilidad frente a terceros, el gobierno y la representación de las empresas.
- Diferenciar las empresas personalistas, capitalistas y de economía social.
- Definir qué es una acción, diferenciar sus distintas clases y conocer los derechos que su posesión confiere a sus propietarios.
- Conocer las ventajas y desventajas de cada una de las formas jurídicas de empresa.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

En la presente unidad, nuestros alumnos se inician en el lenguaje técnico propio del derecho mercantil, aprendizaje que contribuye significativamente al desarrollo de la **competencia en comunicación lingüística**.
También, entre los contenidos, se va a trabajar de manera muy especial la **competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo físico**, al incorporar la descripción jurídica de las principales empresas. En este sentido, recordemos que las empresas conforman una parte esencial del entorno del ser humano y que en ese entorno, los alumnos de Bachillerato participan de forma más o menos inmediata: en la actualidad como consumidores, y en un futuro próximo, bien como trabajadores por cuenta ajena o como emprendedores.
El conocimiento empresarial favorece la **autonomía e iniciativa personal** de nuestros alumnos, ya que este bagaje es indispensable para que emprendan, desarrollen y evalúen acciones o proyectos individuales o colectivos con creatividad, confianza, responsabilidad y sentido crítico.
Al incorporar el estudio de las empresas de economía social o de interés social, se trabaja la **competencia social y ciudadana**, al poner de manifiesto la vocación de ayuda común que da origen a este tipo de organizaciones. Además, el estudio de la organización y gobierno de las sociedades es, en general, una oportunidad para trabajar los principios democráticos básicos.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. Principales criterios de clasificación de empresas: según sector de actividad, ámbito de actuación, tamaño o dimensión y titularidad

del capital.
2. Las empresas según su forma jurídica: rasgos principales de diferenciación.
3. El empresario individual: concepto, características y ventajas e inconvenientes de esta forma jurídica.
4. Las sociedades personalistas, sus tipos.
5. Las sociedades de responsabilidad limitada: concepto, características y ventajas e inconvenientes.
6. La sociedad anónima: concepto, características y ventajas e inconvenientes.
7. Las acciones en las sociedades anónimas.
8. Las empresas de economía social o de interés social: tipos, características y ventajas e inconvenientes.

PROCEDIMIENTOS

- Clasificar las formas jurídicas de empresa según el número de socios y su responsabilidad, y el capital aportado al inicio de la sociedad.
- Llevar a cabo simulaciones sobre creación de empresas, que impliquen justificar la forma jurídica más apropiada.
- Partiendo de situaciones concretas relativas a la dimensión de una empresa, a su ámbito de actuación, a la necesidad de financiación, a la responsabilidad asumida por los propietarios, al número de socios, etc., justificar razonadamente la tipología jurídica de empresa más conveniente.
- Realizar cuadros comparativos que indiquen las diferencias entre las distintas formas jurídicas de empresa, así como las ventajas y desventajas de cada una de ellas.
- Identificar los pasos necesarios para la constitución de una sociedad.
- Realización de debates acerca de las ventajas y los inconvenientes que tienen las empresas de economía social respecto a otras clases de empresas.

ACTITUDES

- Capacidad para reconocer las distintas formas jurídicas de empresa y las ventajas e inconvenientes que presenta cada una de ellas.
- Ser conscientes de la importancia que tiene, para el logro de los objetivos empresariales, la elección de la forma jurídica.
- Valorar positivamente las empresas de economía social y, en especial, las posibilidades que ofrecen para el empleo en épocas de crisis.
- Interés por conocer el funcionamiento democrático de los órganos de dirección de las sociedades.
- Interés por conocer la complejidad de las sociedades anónimas, así como los problemas derivados de los diferentes objetivos existentes entre propietarios y gestores.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- CORBELLA GÓMEZ, Mariano: *La forma jurídica de la empresa, aplicaciones, modelos y utilidades*. ESIC, 1996.
- URÍA, Rodrigo: *Derecho Mercantil*. Marcial Pons Ediciones Jurídicas S. A., 1999.
- VALPUESTA GASTAMINZA, E.: *Sociedades anónimas y de responsabilidad limitada.* Civitas, 2007.

Recursos en la red

- Web sobre el mundo de las pymes: www.pymesonline.com

3. Entorno de la empresa y estrategia empresarial

Esta unidad pone de manifiesto la interrelación existente entre la empresa y el entorno que la rodea. La empresa como

subsistema dentro del sistema económico-social, genera beneficios tanto para la sociedad como para la propia empresa, a saber: riqueza, empleo, beneficios empresariales, etc. Pero, al mismo tiempo, de la actividad empresarial surgen costes originados (contaminación, pérdida de biodiversidad, etc.), que son asumidos por la sociedad. Este fenómeno, conocido como externalidades negativas, debe ser reducido a la mínima expresión.
De forma paralela, además del entorno global en el que la empresa se desarrolla, existe otro entorno más inmediato compuesto por clientes, proveedores, competidores, etc. Las relaciones que se establecen entre la empresa y su entorno inmediato deben someterse a unas reglas de actuación que permitan el juego limpio entre todas las partes.
El entorno empresarial es dinámico; las empresas no solo reciben influencias, sino que también condicionan el medio en el que actúan. Ante tal complejidad y dinamismo, las empresas deben obrar de acuerdo con un plan estratégico, teniendo presente en su diseño la responsabilidad social de la empresa.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Identificar y analizar los diferentes factores del entorno de la empresa que condicionan su desarrollo.
- Diferenciar los agentes económicos con los que la empresa interactúa de forma directa.
- Calcular la cuota de mercado que corresponde a una empresa dentro de un sector de actividad.
- Analizar las características más relevantes de un sector y de un mercado en cuanto a su grado de competitividad.
- Conocer el método DAFO como ejemplo de una de las principales herramientas de análisis estratégico empresarial.
- Identificar las etapas del plan estratégico de una empresa.
- Conocer las estrategias básicas que la empresa puede adoptar para alcanzar ventajas competitivas.
- Explicar los ámbitos de responsabilidad de la empresa.
- Comprender que las aportaciones de la empresa al entorno pueden ser positivas o negativas.
- Conocer el marco legal básico de las empresas.
- Conocer las leyes que garantizan el funcionamiento del mercado desde el punto de vista de la competencia.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Describir e identificar los factores del entorno general y específico de una empresa.
- Citar y explicar brevemente las diferentes amenazas y oportunidades que pueden afectar a una empresa.
- Describir las estrategias básicas que la empresa adopta para alcanzar ventajas competitivas que permitan el logro de sus objetivos.
- Analizar los distintos ámbitos de responsabilidad de la empresa.
- Describir brevemente las leyes que garantizan el funcionamiento del mercado desde el punto de vista de la competencia.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

En esta unidad se abordan los procesos de búsqueda y análisis de información como paso previo a la planificación de la actividad empresarial. De este modo, se contribuye de forma especial a la adquisición de varias competencias básicas:

– **Fomento de la autonomía e iniciativa personal**, porque se utilizan los procesos de toma de decisiones para planificar estrategias y asumir retos. Estos ejercicios enseñan a convivir con la incertidumbre.
– Se consolidan destrezas involucradas en la **competencia de aprender a aprender**, tales como la autonomía, la perseverancia, la sistematización, la reflexión crítica y la habilidad para comunicar resultados.
– El análisis del entorno empresarial exige sintetizar las características más relevantes de una situación real e importante del sistema socioeconómico, lo que constituye una oportunidad para favorecer en nuestros alumnos el desarrollo de la **competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo físico**.
– El análisis de la responsabilidad social y medioambiental de las empresas es un tema propicio para que los alumnos mantengan una actitud crítica ante las situaciones en las que determinadas empresas generan costes sociales; de este modo, se favorece el desarrollo de la **competencia social y ciudadana**.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. Factores del entorno general.
2. Factores del entorno específico.
3. Sector de actividad, liderazgo, cuota de mercado y poder de mercado.
4. Las fuerzas competitivas dentro de un sector.

5. Análisis del entorno: el método DAFO.
6. La estrategia competitiva: principales estrategias competitivas de la empresa.
7. La responsabilidad social y medioambiental.
8. La responsabilidad social de la empresa y sus ámbitos.
9. El marco jurídico de la actividad empresarial.

PROCEDIMIENTOS

- Definición breve de los diferentes factores del entorno de la empresa.
- Diferenciación entre los factores del entorno general y los factores del entorno específico.
- Análisis de la cuota de mercado e identificación de la empresa líder de un sector.
- Elaboración de diagnósticos del sector y previsión de pronósticos aplicando el método DAFO.
- Identificación de las fuerzas competitivas que caracterizan a un sector.
- Análisis de las diferentes estrategias que puede adoptar una empresa para ser competitiva.
- Descripción y diferenciación de los diferentes ámbitos de responsabilidad social de la empresa.
- Analizar textos que pongan de manifiesto los costes sociales generados por determinadas empresas.

ACTITUDES

- Valorar la adaptación de la empresa a su entorno como condición básica para su desarrollo.
- Conocer la importancia que tiene para la empresa la correcta distribución de recursos.
- Ser consciente de la obligatoriedad que tienen las empresas de respetar las leyes que regulan el mercado.
- Actitud crítica hacia aquellos sectores de actividad que falsean o restringen la competencia.
- Valoración de la tecnología como estrategia competitiva básica.
- Actitud crítica ante aquellas situaciones en las que determinadas empresas no asumen los costes sociales que genera su actividad.
- Reconocer el compromiso ético que adoptan determinadas empresas.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- AGUIRRE SÁDABA, A: *Fundamentos de economía y administración de empresas*. Pirámide, 1995.
- PERDIGUERO T. G., y GARCÍA, A.*: La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial.* Universidad de Valencia, 2005.
- VV. AA: *Análisis del entorno económico de la empresa*. Pirámide, 2003.

Recursos en la red

- Fundación para promover la acción social de las empresas presentes en España: www.empresaysociedad.org

4. El desarrollo de las empresas

Desde el mismo momento de la creación de una empresa, deben tomarse dos decisiones estratégicas de enorme calado relativas a su dimensión o capacidad productiva, y a su ubicación. La supervivencia o la desaparición de la empresa, en buena medida, va a depender del acierto de esas dos decisiones. Los alumnos y alumnas deben comprender la trascendencia e interrelación de ambas decisiones.

En relación con la dimensión óptima, se van a analizar las diferentes posibilidades de crecimiento empresarial. Las estrategias para conseguirlo pueden ser muy variadas, desde buscar el crecimiento de forma autónoma, hasta intentar emprender esta senda junto con otras compañías.

La unidad finalizará con un análisis en profundidad de la convivencia entre las pymes y empresas multinacionales, abundando en las características, ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Analizar las decisiones estratégicas relativas a la localización y dimensión empresarial.
- Establecer las interrelaciones existentes en la toma de decisión empresarial, entre la localización y la dimensión empresarial.
- Explicar y distinguir los factores que determinan la localización de una empresa industrial de otra comercial y de servicios.
- Describir los criterios que se emplean para medir la dimensión de las empresas.
- Identificar la interrelación existente entre capacidad productiva, ocupación y dimensión empresarial.
- Distinguir las distintas vías que tiene la empresa para crecer y aprovechar las economías de escala.
- Explicar las estrategias de especialización y diversificación como alternativas para lograr el crecimiento de la empresa.
- Analizar la integración vertical junto con las posibilidades que ofrece la subcontratación.
- Explicar las diferentes vías de crecimiento externo a través de la concentración y cooperación empresarial.
- Explicar y comparar las ventajas e inconvenientes de la gran empresa frente a las pymes.
- Conocer las diferentes estrategias de desarrollo de las empresas multinacionales y analizar las ventajas e inconvenientes de su implantación en un país.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Enumerar, explicar y aplicar a situaciones simuladas, los factores de localización, tanto comercial o de servicios, como industrial.
- Enunciar y conocer los criterios que habitualmente se utilizan para medir la dimensión de las empresas.
- Identificar las distintas posibilidades de crecimiento de las empresas.
- Comprender qué es la integración vertical de las empresas y explicar las diferentes vías de crecimiento externo.
- Analizar y explicar las ventajas e inconvenientes y la relación de complementariedad, entre las grandes empresas y las pymes.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

Esta unidad lleva a nuestros alumnos a analizar y sopesar las circunstancias sobre las que fundamentar dos decisiones vitales en toda empresa: su localización y su dimensión. Esta labor necesita de una serie de capacidades y habilidades tales como trabajo en equipo, el sentido crítico, el esfuerzo, la habilidad para buscar, obtener, procesar y comunicar información, etc., que aportan a nuestros alumnos la oportunidad de seguir profundizando en el desarrollo de competencias básicas tales como la **autonomía e iniciativa personal**, **tratamiento de la información y conocimiento e interacción con el mundo físico**. También, el análisis del tejido empresarial y, en especial, la contribución social de las pymes como vía principal para generar riqueza y empleo, complementa el conocimiento de la realidad social en la que vivimos.
En esta unidad se verá cómo, en general, existe una tendencia natural al crecimiento por parte de las empresas. Con ello, los alumnos pondrán en práctica la **competencia social y ciudadana** para comprender esta realidad y ser críticos con aquellas empresas multinacionales que, movidas únicamente por intereses crematísticos, generan altos costes sociales.

CONTENIDOS
CONCEPTOS

1. Localización y dimensión empresarial.
2. La localización industrial y la localización comercial y de servicios.
3. Criterios empleados para medir la dimensión de las empresas.
4. Dimensión, capacidad productiva y ocupación.
5. Las economías de escala. La dimensión óptima de la empresa.
6. El proceso de desarrollo de las empresas.
7. Las estrategias de especialización y de diversificación de actividades.
- La concentración y la cooperación entre empresas.
8. La gran empresa y las pymes, ventajas e inconvenientes.
9. La empresa multinacional, características, estrategias de desarrollo y responsabilidad social.

PROCEDIMIENTOS

- Descripción y análisis de los diferentes factores que determinan la localización empresarial.
- Explicación los factores que condicionan la localización industrial y la localización comercial y de servicios.
- Identificación de los criterios más utilizados para medir la dimensión de las empresas.
- Análisis de la relación entre rendimientos de escala y dimensión empresarial.
- Comparación de la estrategia de especialización y la estrategia de diversificación como caminos alternativos de crecimiento empresarial.
- Análisis de las ventajas e inconvenientes que tiene el proceso de integración vertical.
- Identificación de las modalidades de concentración empresarial.
- Comparación de las ventajas e inconvenientes que poseen tanto las pymes como la gran empresa.
- Identificación de las características de la empresa multinacional y de las ventajas e inconvenientes para los países receptores.
-

ACTITUDES

- Valoración de la trascendencia que tienen para el futuro de la empresa las decisiones relativas a la localización y dimensión.
- Ser conscientes de la interrelación existente entre las decisiones de localización y dimensión.
- Actitud crítica ante las decisiones de deslocalización de empresas que obtienen beneficios, con el objetivo de incrementarlos sin tener en cuenta los costes sociales que se producen.
- Valoración de la importancia del crecimiento empresarial como estrategia competitiva.
- Valoración del papel del Estado como garante de la competencia empresarial.
- Actitud crítica hacia las actuaciones de algunas multinacionales que provocan costes sociales en determinados países, aprovechando una legislación más permisiva que en la existente en el país de origen.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- BUENO, E., CRUZ, I., y DURÁN, J. J: *Economía de la empresa. Análisis de las decisiones empresariales*. Pirámide, 1996.
- AGUIRRE SÁDABA, A: *Fundamentos de economía y administración de empresas*. Pirámide, 1995.
- FERNÁNDEZ GAGO, R.: Administración de la responsabilidad social corporativa, 1995. Paraninfo

Recursos en la red

- Web sobre el mundo de la pequeña y mediana empresa:www.pymesonline.com

5. La función productiva de la empresa

Esta unidad nos propone un análisis del área de producción de la empresa. Una empresa eficiente, desde el punto de vista productivo, es aquella que minimiza los costes, manteniendo los estándares de calidad establecidos. En un mundo global cada vez más competitivo, aumentar las cotas de eficiencia garantiza el éxito de la empresa.
Analizar la producción implica un estudio de los costes empresariales y dar respuesta a cuestiones básicas que todo empresario debe conocer, tales como el nivel de producción a partir del cual la empresa cubre costes y comienza a obtener beneficios, o si interesa más producir o comprar ciertas partes del producto.
No debemos olvidar que, según vimos en la primera unidad, la empresa es un sistema global. En este sentido, a pesar de que la función productiva es un área de gran importancia, el resto de funciones que se desarrollan en la empresa son también fundamentales. En definitiva, la empresa es un conjunto de áreas interrelacionadas, donde solo es posible parcelarlas desde la perspectiva teórica, ya que todas ellas son esenciales para su supervivencia. Es fácil comprender cómo una empresa que, por ejemplo, decida aumentar su producción, debe establecer una estrategia consensuada con el departamento de *marketing*, financiación, recursos humanos, etc.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Identificar el área de producción de una empresa y conocer su importancia en las actividades empresariales.

- Diferenciar los distintos sistemas productivos.
- Conocer y diferenciar los conceptos de eficiencia técnica y eficiencia económica.
- Hallar la productividad de un factor y saber interpretar los resultados obtenidos.
- Comprender y calcular los diferentes tipos de coste de una empresa a corto plazo, diferenciando entre costes fijos, variables, medios y marginales.
- Analizar, calcular y representar gráficamente los ingresos costes y beneficios de una empresa.
- Identificar los componentes del coste de la empresa en su proceso de formación, diferenciando entre costes directos e indirectos.
- Dar respuesta argumentada a la decisión empresarial relativa a producir o comprar.
- Hallar desde el punto de vista técnico y gráfico el umbral de rentabilidad o punto muerto de una empresa, identificando las zonas de pérdidas y ganancias.
- Aplicar los conocimientos adquiridos para argumentar y comprender el punto de equilibrio de una empresa en competencia perfecta.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Describir el proceso productivo e identificar los principales sistemas productivos.
- Analizar diferentes procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia técnica y económica.
- Calcular los distintos tipos de costes, ingresos y beneficios de una empresa y representarlos gráficamente.
- Señalar las etapas del proceso de formación de costes empresariales, y diferenciar entre costes directos e indirectos.
- A partir de datos aportados relativos a la producción de una empresa (costes, nivel de producción, ingresos, etc.), explicar el concepto de punto muerto, hallarlo, y representarlo gráficamente.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

La presente unidad propone el análisis de la función productiva de la empresa y para abordar esta cuestión, se construyen modelos económicos. Elaborar modelos exige observar, identificar y seleccionar las características relevantes de una situación real, representarla simbólicamente y determinar pautas de comportamiento, regularidades e invariantes, a partir de las que hacer predicciones sobre la evolución, permitiendo desarrollar la **competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo físico**. Por otro lado, la modelización, constituye una herramienta básica para **tratar la información y colabora a que los alumnos trabajen el razonamiento matemático.**
Del mismo modo, la utilización de los lenguajes gráfico y estadístico ayuda a **interpretar mejor la realidad** expresada por los medios de comunicación. No menos importante resulta la **interacción entre el lenguaje natural, numérico y gráfico**, como forma de ligar el **tratamiento de la información** con la experiencia de los alumnos y la realidad social. Entre los contenidos, también está presente el **desarrollo de la competencia para aprender a aprender** a través de los procesos de resolución de problemas relativos a la producción.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. Área de producción de la empresa.
2. Utilidad de lugar, forma, tiempo y propiedad.
3. Tipología de sistemas productivos.
4. Eficiencia técnica y económica.
5. La productividad de un factor y la productividad global de la empresa.
6. Los costes fijos, variables, totales y medios.
7. Ingresos.
8. Beneficios.
9. Costes directos e indirectos.
10. *Proceso de formación del coste empresarial.*
11. Umbral de rentabilidad o punto muerto.
12. El equilibrio de la empresa en competencia perfecta.

PROCEDIMIENTOS

- Diferenciación de los tipos de utilidad que incorpora un producto.

- Descripción de los tipos de sistemas productivos.
- Aplicación de los conceptos de eficiencia técnica y económica a diferentes técnicas productivas, eligiendo la más rentable.
- Elaboración de casos prácticos de cálculo de la productividad de diferentes factores.
- A partir de los datos relativos a la producción de una empresa, cálculo de los distintos tipos de costes, ingresos y beneficios.
- ***Identificación de las etapas del proceso de formación del coste empresarial.***
- ***A partir de datos aportados, cálculo y representación gráfica del umbral de rentabilidad o punto muerto de una empresa, y toma de decisiones sobre si interesa más producir o comprar ciertos elementos.***
- ***Descripción del equilibrio de la empresa en competencia perfecta.***

ACTITUDES

- Valoración de los diferentes sistemas productivos.
- Ser conscientes de la importancia que tiene la eficiencia para la competitividad de una empresa.
- Valoración de la relación directa que se establece entre la productividad y el salario.
- Ser consciente de la relación que existe entre la mejora de la productividad y el aumento de los beneficios.
- Capacidad para reconocer los efectos positivos de la intervención del Estado a la hora de fomentar la investigación en las empresas.
- Disposición favorable a la aplicación de contenidos teóricos a supuestos prácticos.
- Ser conscientes de la importancia que tiene para la toma de decisiones empresariales el conocimiento del punto muerto.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- ADAM, E.E., y EBERT, R.J.: *Administración de la producción y las operaciones*. Prentice Hall, 1991.
- PÉREZ GOROSTEGUI, E.: *Economía de la empresa*. Centro de Estudios Ramón Arces, 1992.
- DONNELLY, J., GIBSON, J., e IVANCEVICH, J.: *Dirección y administración de empresas*. Addison-Wesley Iberoamericana, 1994.

Recursos en la red

- Confederación Española de Organizaciones Empresariales: www.ceoe.es

6. Productividad, eficiencia e innovación

En esta unidad didáctica, dedicada a la productividad y la eficiencia en la empresa, se están trabajando aspectos que son fundamentales en la formación de cualquier ciudadano y que ayudan a comprender la realidad social en la que se vivimos y a generar actitudes de cooperación y compromiso para contribuir a su mejora. Por ejemplo, la competitividad y la eficiencia en la empresa persiguen lograr situaciones en las que se consiga más con menos, en las que sea más probable satisfacer un mayor número de necesidades y, por ende, sea posible un mayor bienestar de las sociedades. Y para alcanzar esta competitividad y esta eficiencia, es preciso que todos los ciudadanos se comprometan con criterios de mejora del capital humano y, también, con un mayor respeto a los recursos naturales como bienes que es preciso salvaguardar para las generaciones futuras.

Hoy día, es absolutamente necesario que las empresas planteen como uno de sus objetivos prioritarios el incremento de la productividad para lograr una mayor competitividad. Y en la mejora de la productividad influye mucho la reducción de los costes de producción. Para alcanzar estos objetivos es fundamental implicarse en el desarrollo tecnológico y en la

investigación, especialmente en un mundo como el actual, caracterizado por el cambio constante.
Por último, en esta unidad se aborda la responsabilidad social de la empresa en su relación con el entorno y la necesidad de evitar las externalidades negativas de los procesos productivos y la importancia de aplicar criterios de ecoeficiencia en ellos.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Calcular la productividad, ya sea de un factor o de un factor global.
- Analizar los resultados obtenidos del cálculo de la productividad.
- Identificar las causas del crecimiento de la productividad.
- Valorar la importancia que tiene para la sociedad que en ella se de un incremento de la productividad.
- Conocer en qué consiste la investigación, el desarrollo y la innovación.
- Diferenciar entre innovaciones de producto y las de método o técnica.
- Valorar la importancia que la I+D+i tiene para la sociedad.
- Reconocer los diferentes costes que genera la gestión de los inventarios en una empresa.
- Resolver problemas sencillos de gestión de inventarios en la empresa.
- Conocer las técnicas más habituales de valoración de inventarios en las empresas.
- Identificar situaciones donde se den externalidades negativas en la producción.
- Valorar positivamente la ecoeficiencia como nueva forma de gestión de los recursos en la empresa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Saber calcular ratios de productividad, interpretando convenientemente los resultados obtenidos y conocer la manera de mejorar la productividad en una empresa.
- Conocer las ventajas de la inversión en I+D+i y la importancia de la existencia de un sistema de patentes que proteja los descubrimientos y genere incentivos para el cambio tecnológico.
- Identificar los costes que genera el almacén y resolver sencillos ejercicios sobre el ciclo de inventario, en los que se destaquen los conceptos más relevantes y se representen gráficamente.
- Resolver ejercicios de valoración de existencias mediante el método FIFO y de CMP.
- Valorar críticamente la actuación empresarial y reconocer la importancia de las externalides negativas en la producción y la necesidad de adoptar criterios de ecoeficiencia en la gestión de recursos dentro de la empresa.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

En esta unidad didáctica se trabajan aspectos fundamentales que ayudan a conseguir la **competencia social y ciudadana**. Pero, además, se trabaja también la **competencia matemática**, al resolver los ejercicios de productividad y de variaciones en la productividad, parte fundamental de los contenidos abordados. Lo mismo cabe decir de la **competencia sobre el tratamiento de la información** y de la **competencia digital**, habida cuenta de que este tema es susceptible de ser abordado a través del estudio de casos prácticos de empresas a través de internet. Y, por supuesto, como todas las unidades didácticas de esta

asignatura, se trabaja de manera muy intensa la **competencia para promover la autonomía e iniciativa personales**, ofreciendo a los alumnos las claves y las herramientas para que en el futuro aborden proyectos con confianza en sí mismos, en los conocimientos adquiridos y en la creatividad e imaginación que siempre ha constituido una parte esencial en el cambio tecnológico y en el desarrollo de nuevos modos de producción más eficientes, y que proporcionan mayor productividad a la sociedad.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. La productividad como indicador de la eficiencia.
2. Causas del crecimiento de la productividad: capital humano, cambio tecnológico, inversión y gestión de recursos.
3. Conocimiento tecnológico e I+D+i.
4. Calidad en la producción y competitividad.
5. Los inventarios de la empresa. El coste de los inventarios: de almacenamiento, reposición y ruptura de *stock*.
6. Modelos de gestión de inventarios: método Wilson, Just in Time y ABC.
7. Valoración de inventarios: método FIFO y PMP.
8. Las externalidades de la producción Ecoeficiencia.

PROCEDIMIENTOS

- Realización de casos prácticos de cálculo de la productividad de diferentes factores e interpretación de los resultados.
- Distinción entre investigación básica, aplicada y desarrollo tecnológico.
- Realización de casos en los que el crecimiento de la productividad sea consecuencia de distintas causas.
- Identificación de los tipos de costes en los que incurre una empresa como consecuencia de la necesidad de mantener unos inventarios.
- Realización de casos prácticos de cálculo sobre el modelo de Wilson de gestión de inventarios.
- Análisis de los nuevos sistemas de gestión de inventarios.
- Resolución de ejercicios de valoración de inventarios a través del criterio de FIFO y de PMP.
- Lecturas que presenten diferentes situaciones en las que se puedan identificar externalidades negativas en la producción o empresas que han optado por un criterio de ecoeficiencia en la producción.

ACTITUDES

- Flexibilidad y apertura de miras ante la innovación, el desarrollo tecnológico y sus consecuencias en la estructura productiva de las empresas.
- Valoración del papel fundamental que tiene la eficiencia para la competitividad de una empresa.
- Toma de conciencia de la relación existente entre la productividad y los incrementos salariales de los trabajadores
- Ser conscientes de la relación que existe entre la formación y el capital humano de las personas y la productividad de las empresas.

- Apreciar la importancia del control de inventarios para lograr ganancias de productividad, eficiencia y competitividad en una empresa.
- Actitud crítica ante la aparición de externalidades en la producción y creación de una conciencia crítica que dirija las decisiones de los consumidores a comprar los bienes de las empresas que se guíen por criterios de ecoeficiencia.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- CUERVO GARCÍA, A (director), y otros: *Introducción a la administración de*
- *empresas*. 5ª ed., Civitas, 2004.
- GONZÁLEZ, F. y VENTURA, J: *Fundamentos de administración de empresas*.
- Pirámide, 2003.
- PÉREZ GOROSTEGUI, E.: *Introducción a la economía de la empresa*. Centro de Estudios Ramon Areces, 1992.

Recursos en la red

- Para analizar los datos de productividad global en España: www.ine.es

7. La función comercial de la empresa

En este primer tema dedicado a la función comercial de la empresa, nos ocupamos fundamentalmente del *marketing* estratégico y de las actividades que llevan a cabo las empresas para detectar las oportunidades y amenazas del mercado y a potenciar las fortalezas internas y a ocultar o paliar sus debilidades.

Los alumnos y alumnas deberán entender que uno de los objetivos prioritarios de todas las empresas es entender cuáles son los distintos tipos de mercado a los que se enfrentan y detectar los distintos segmentos de mercado a los que se pueden dirigir sus productos. El establecimiento de unos objetivos claros de actuación depende de este conocimiento.

También debemos señalar a los alumnos que, una vez detectado el segmento y fijados los objetivos de esta fase, las empresas tendrán que diseñar las acciones concretas para poder cumplirlos. Pero eso será objeto de estudio en la siguiente unidad didáctica.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Conocer la evolución del *marketing* desde sus comienzos.
- Comprender las razones que hacen del área comercial de la empresa una de las más importantes de la empresa.
- Entender por qué la función comercial de la empresa es una de la que más recursos consume en toda organización empresarial.
- Analizar los distintos enfoques del *marketing* y reconocer la clase de mercados en los que predomina uno u otro así como la importancia de cada uno de ellos.
- Conocer el proceso de planificación del *marketing* distinguiendo entre *marketing* estratégico y *marketing* operativo.
- Diferenciar entre mercado y demanda, distinguiendo los distintos tipos de mercado que se pueden dar en función de distintas variables.
- Saber calcular la cuota de mercado de una empresa.
- Conocer los objetivos que se plantea la investigación de mercados.
- Distinguir las distintas fases necesarias para realizar una investigación de mercados.
- Conocer y distinguir las distintas fuentes de datos para elaborar una investigación de mercado así los como distintos métodos para obtener información primaria que pueden utilizarse en una investigación de mercados, diferenciando si se trata de técnicas cualitativas o cuantitativas.
- Estudiar las formas en las que se puede segmentar el mercado y los criterios más utilizados para hacerlo.
- Explicar en qué consiste el mercado objetivo.
- Conocer el concepto de posicionamiento de una empresa en el mercado.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Distinguir, ante una actuación comercial de una empresa, qué acciones corresponden a decisiones de *marketing* estratégico y cuáles a decisiones de *marketing* operativo.
- Distinguir distintos tipos de mercado en función de distintos criterios y calcular la cuota de mercado de empresas de las que se conozcan sus datos de ventas.
- Diseñar y realizar una investigación de mercados de una pequeña empresa, sabiendo distinguir entre información primaria y secundaria, y diseñando distintas técnicas de recogida de información en función de las necesidades del estudio.
- Segmentar un mercado según los diferentes criterios estudiados y adaptados a las distintas situaciones.
- Distinguir la estrategia de *marketing* más adecuada para cada tipo de mercado y justificar el porqué.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

Esta unidad está muy relacionada con la **competencia social y ciudadana**, pues los derechos de los consumidores y todo un conjunto de reflexiones de tipo ético y moral están imbricadas en el estudio del *marketing* y de las estrategias que llevan a cabo las empresas para tratar de vender sus productos. Tanto en la sección *Temas de reflexión y debate* de esta unidad como en otros epígrafes, se estudian casos concretos de cómo el *marketing*, habitualmente considerado como una actividad de dudosa ética y moralidad, que tiene como objetivo engañar al consumidor, puede poner sus herramientas y estrategias también al servicio de otras actuaciones que son las que tratamos de favorecer entre nuestros alumnos y que en nada tienen que ver con el engaño, la trapaza o la estafa.
Siempre que abordamos los temas de *marketing*, vamos a tratar, aunque obligatoriamente no sea de forma muy profunda, la **competencia cultural y artística**, pues no en vano, a la publicidad en ocasiones se le ha llamado el octavo arte, y los publicistas se empeñan en envolver sus productos con la mayor belleza posible y, de este modo, favorecer la compra por parte del consumidor.
También se trabaja la **capacidad de comunicación lingüística,** teniendo en cuenta que disponer de esta competencia conlleva tener conciencia de las convenciones sociales, de los valores y aspectos culturales y de la versatilidad del lenguaje en función del contexto y la intención comunicativa, todo lo cual, aunque no de manera expresa pero sí de forma tangencial, se aborda cuando se analiza cualquier tema de *marketing.* En definitiva, una de las prioridades de la función comercial de la empresa no es más que comunicar de forma persuasiva y buscar el modo de hacer llegar mensajes a los interlocutores y motivarles en una determinada dirección.
Por último, se trata de favorece la **competencia de autonomía e iniciativa personal,** dando a los alumnos herramientas para asegurar la confianza en sí mismos, para que se sientan seguros de sus propios criterios y para que puedan analizar con espíritu crítico los mensajes que provienen de las empresas.

CONTENIDOS
CONCEPTOS

1. La actividad comercial y su evolución.
2. El proceso de planificación del *marketing*.
3. *Marketing* estratégico y marketing operativo.
4. El mercado y la demanda.
5. La investigación de mercados.
6. Análisis del consumidor.
7. Segmentación del mercado y criterios para llevarla a cabo.

8. El mercado objetivo, el posicionamiento de la empresa y el producto y las distintas estrategias de *marketing*.

PROCEDIMIENTOS

- Preparación de un plan comercial empresas ficticias y para distintas situaciones que se puedan dar en el mercado.
- Llevar a cabo estudios sobre el posicionamiento de un determinado producto en el mercado.
- Preparación de trabajos y actividades que requieran segmentar un mercado para una determinada empresa.
- Identificación de posibles objetivos de marketing estratégico y de *marketing* para una empresa concreta.
- Análisis de casos prácticos en los que se pongan de manifiesto las distintas estrategias de *marketing*.
- Análisis de campañas publicitarias llevadas a cabo por diferentes empresas destacando los aspectos más relevantes de los estudiados en la unidad y presentes en dichas campañas.

ACTITUDES

- Actitud crítica ante la información y los mensajes procedentes de las redes y los medios de comunicación, así como de las estrategias agresivas de los publicistas por conseguir aumentar las ventas de su producto.
- Interés por conseguir una información precisa y completa sobre las prácticas empresariales y desarrollo de una actitud crítica ante que aquellas que atenten contra los derechos de los consumidores.
- Valoración positiva de las herramientas del *marketing* cuando su uso es respetuoso con los derechos del consumidor o cuando el mensaje trata de promover actitudes nobles y necesarias para la sociedad.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- KOTLER, P.: *La guía definitiva del plan de Marketing*. Prentice Hall, 2000.
- LAMBIN, J. J.: *Marketing estratégico* Mc Graw Hill, 1995.
- PÉREZ GOROSTEGUI, E.: *Introducción a la economía de la empresa*. Centro de Estudios Ramón Areces, 1992.

Recursos en la red

- Federación de comercio electrónico y *marketing* directo: www.fecemd.org

8. Los instrumentos del *marketing mix*

En la unidad 7, se vio que el *marketing* puede agruparse en dos grandes fases: por un lado, el *marketing* estratégico, del que nos ocupamos en esa unidad; por otro lado, está el llamado *marketing* operativo, es decir, las actividades concretas que va a llevar a cabo la empresa para lograr los objetivos que se hayan planteado en la fase anterior.

Las actividades del *marketing* operativo, las llamadas 4 P del *marketing*, pueden combinarse de diferentes modos dando lugar a una mezcla comercial o *marketing mix*, que es el objeto de estudio de esta unidad. Las herramientas que puede utilizar la empresa para lograr sus objetivos consisten en definir el producto, con sus distintos atributos, para tratar de lograr una diferenciación y así motivar la compra por parte de los consumidores. La segunda P, consiste en decidir la distribución del producto y de elegir el canal de distribución más adecuado, y las dos últimas herramientas a disposición de la empresa para lograr coordinar toda su acción comercial, las constituyen sus decisiones sobre los precios del producto y la política de comunicación de la empresa.

Todas las herramientas del *marketing* operativo se trabajan en esta unidad de manera separada, aunque hay que tener en cuenta que todas ellas, a su vez, deben diseñarse de forma conjunta y están íntimamente relacionadas entre sí.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Estudiar cuáles son los componentes de un producto.
- Conocer la diferencia entre producto esencial y sus atributos.
- Conocer las diferencias existentes entre gama y línea de productos.
- Valorar la importancia de establecer una imagen de marca que cree imágenes positivas en el consumidor.
- Analizar el ciclo de vida de cualquier producto.
- Conocer los distintos sistemas existentes para fijar los precios de un bien.
- Estudiar con detalle las distintas políticas de precio que se pueden llevar a cabo.
- Analizar el *mix* de comunicación que puede llevar a cabo una empresa para promocionar sus productos.
- Distinguir, a partir de casos reales y en situaciones concretas, lo que es publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y *marketing* directo.
- Conocer las limitaciones que establece la ley española al uso de la publicidad.
- Diferenciar entre las distintas clases de canales de distribución.
- Clasificar los canales de distribución según el vínculo existente entre los distintos eslabones del canal.
- Explicar cuáles son los criterios que hay para escoger un canal de distribución u otro.
- Conocer las nuevas formas para comunicar el producto que ponen a disposición de las empresas las nuevas tecnologías e identificar sus ventajas y sus puntos débiles.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Analizar un producto determinado indicando sus componentes, sus atributos y todos los aspectos que lo diferencian de los de la competencia.
- Describir el ciclo de vida del producto e identificar las características más importantes de cada una de las etapas por las que pasa.
- Distinguir en qué casos se puede llevar adelante una política de precios u otra y explicar cuáles son los diferentes sistemas de fijación de precios que se pueden utilizar.
- Diseñar una estrategia para la promoción de un producto y una empresa utilizando un *mix* de comunicación apropiado para cada caso.
- Diferenciar los distintos tipos de canales de distribución existentes, distinguiendo los diversos agentes que actúan en ellos, y saber elegir el más indicado ante distintas situaciones hipotéticas.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

Al igual que en la unidad anterior, el análisis de los instrumentos de la publicidad y de la comunicación va a ayudar a los alumnos a desarrollar la **competencia en comunicación lingüística**, al tener que analizar el modo en el que las empresas se dirigen a los ciudadanos, los distintos registros que utilizan y las formas de convencer al consumidor para llevar a cabo la compra.

Del mismo modo, vamos a trabajar de manera muy profunda la **competencia social y ciudadana**, sobre todo, al abordar la publicidad, puesto que realizaremos un análisis más exhaustivo sobre la ética de las prácticas de comunicación de algunas empresas y la legalidad de algunas de ellas. Es importante favorecer que los alumnos sean conscientes de su derecho a no ser engañados ni manipulados por los departamentos de *marketing* de las empresas, e informarles de los mecanismos que existen para hacer valer dichos derechos de los ciudadanos.

También vamos a ayudar a favorecer la **competencia cultural y artística,** dado que, como decíamos en la anterior unidad, la publicidad se ha convertido en el octavo arte.

Como en todas las unidades didácticas de esta materia, vamos a continuar promoviendo la **autonomía e iniciativa**

personal, pues seguimos dando estrategias de comportamiento y abundando en la idea de que el trabajo serio y sujeto a planificación previa conduce a que los proyectos de futuro tengan éxito y así, nuestros alumnos los podrán acometer con confianza en sí mismos, en sus posibilidades y siendo conscientes de que disponen de las armas adecuadas para afrontarlos.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. El *marketing mix*.
2. La política de producto.
3. La identificación del producto.
4. La introducción, el crecimiento, la madurez y el declive en el ciclo de vida de un producto.
5. Las políticas de precios.
6. La comunicación o promoción de un producto.
7. Publicidad desleal y otras prácticas inadecuadas.
8. Los canales de distribución de un producto.
9. Nuevas tecnologías y *marketing*.

PROCEDIMIENTOS

- Diferenciación, en casos concretos, de los distintos atributos de un producto.
- Lectura de textos publicitarios y de informaciones críticas con las estrategias llevadas a cabo por las empresas.
- Identificación de la etapa en la que se encuentra un producto y diseño del *marketing* adecuado en cada caso.
- Establecimiento del precio de un producto a través del criterio del coste o de la demanda.
- Investigación del canal de distribución de un producto de consumo cotidiano: los yogures.
- Análisis de un nuevo instrumento del departamento comercial: el comercio electrónico y el *marketing on line*.
- Debates sobre los límites éticos a la publicidad.

ACTITUDES

- Valoración crítica de los atributos añadidos a un producto con el fin de inducir su compra.
- Actitud crítica hacia las marcas y los valores que tratan de transmitir a los consumidores.
- Toma de conciencia de los problemas del medioambiente y el consumo masivo, y de las estrategias publicitarias de las empresas para incitar al consumo.
- Conocimiento de las estrategias que siguen las empresas para fijar precios y valoración de lo que esconden los precios altos y bajos.
- Reflexión sobre el papel de los intermediarios en un canal de distribución y su repercusión en el precio de los productos.
- Capacidad crítica para detectar la posible ilegalidad de determinadas campañas de publicidad y análisis de los límites que no puede franquear la publicidad.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- KOTLER, P.: *La guía definitiva del plan de Marketing*. Prentice Hall, 2000.
- SANTESEMASES , M. : *Marketing*, conceptos y estrategias. Pirámide, 1996.
- MUÑIZ, R.: *Marketing en el siglo XXI.* Centro de Estudios Financieros, 2008.

Recursos en red

- Federación de comercio electrónico y *marketing* directo: www.fecemd.org

9. La financiación de la empresa

La empresa, para llegar a realizar los objetivos que se propone, necesita contar con unos recursos financieros. La finalidad de esta unidad es determinar cuáles son las fuentes fundamentales a las que las empresas pueden acudir, analizando sus características en tres aspectos fundamentales: el coste de la fuente, las condiciones de financiación y el momento en que han de satisfacerse las

necesidades financieras. Esto determinará las ventajas e inconvenientes que tiene cada fuente y cómo la empresa ha de recurrir a unas u otras en función, tanto de sus circunstancias internas, como de las del entorno general en el que se desarrolla su actividad.
Otro de los aspectos destacados de la unidad es el estudio de las diferentes instituciones financieras con las que pueden contar las empresas. Estos contenidos servirán para dar cultura financiera a los alumnos, ya que se les enseñará el modo de evaluar cada fuente financiera para determinar cuál es la más ventajosa y ellos mismos podrán, más adelante, aplicar los conocimientos adquiridos, puesto que en más de una ocasión a lo largo de su vida, se verán en situaciones en las que necesiten financiación.
Las decisiones financieras de una empresa no se pueden tomar independientemente de las decisiones de inversión. En este sentido, será imprescindible que los alumnos tomen conciencia de esta íntima relación. Por ello, esta unidad se debe ver como parte de un bloque del que también forman parte las unidades siguientes del libro.
Así mismo, habrá que estudiar, aunque sea de forma somera, cómo el sistema económico ha desarrollado un mercado financiero, con activos e intermediarios, para que las unidades necesitadas de financiación tengan facilidades de encontrar las unidades ahorradoras de recursos financieros. En este contexto, se presta especial atención al mercado de valores y a la bolsa como su principal institución. El aprendizaje de conceptos relativos a este punto se podrá anclar en los conocimientos adquiridos por los alumnos el año pasado en la asignatura de economía, en el tema del mercado del dinero y la financiación de la economía; la diferencia es que ahora estos contenidos se analizan desde un punto de vista puramente operativo.
En definitiva, esta unidad, por su importancia académica, se convierte en uno de los ejes fundamentales de la asignatura. A lo largo de las unidades siguientes, habrá que habrá que recordar muchos de los conceptos aquí tratados puesto que son el fundamento para la adquisición de nuevos conocimientos.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Conocer y relacionar las diferentes decisiones que debe tomar la empresa desde el punto de vista financiero.
- Entender el concepto de fuente financiera, así como saber qué función cumple en la empresa.
- Entender la importancia del equilibrio entre las diferentes fuentes de financiación, como medida del riesgo financiero de la empresa.
- Conocer lo que es una ampliación de capital, sus diferentes tipos, características y las consecuencias que tiene.
- Entender el concepto de derecho preferente de suscripción, así como saber calcular su valor teórico en casos sencillos.
- Caracterizar el mercado financiero y entender su funcionamiento, determinando los activos y los agentes que intervienen en él.
- Entender el mercado de valores y la bolsa como institución fundamental del mercado financiero.
- Caracterizar y diferenciar las fuentes de financiación según diferentes criterios.
- Reconocer el coste de la fuente financiera, tanto implícito como explícito, los plazos y las condiciones de financiación.
- Diferenciar los títulos de propiedad de los títulos de deuda de las empresas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Definir las funciones de la financiación de la empresa.
- Distinguir y definir los diferentes tipos de financiación atendiendo a los criterios de propiedad, origen y plazo.
- Conocer las ventajas e inconvenientes de la financiación interna y externa.
- Explicar los procesos de ampliación de capital y saber sus consecuencias y los conceptos relacionados con la compensación de antiguos accionistas a través del cálculo de los derechos preferentes de suscripción.
- Ver las principales formas concretas de financiación tanto interna como externa, a corto, medio y largo plazo, con sus características, ventajas y desventajas y diferencias.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

Las competencias que se desarrollaran principalmente en esta unidad didáctica son:

– La competencia de **comunicación lingüística** y de **tratamiento de información y competencia digital**, al utilizar recursos como la prensa, internet, información de bancos etc., como fuente de información, así como al desarrollar las actividades que obligarán a alumnos y alumnas a expresarse con rigor utilizando el lenguaje técnico financiero propio de la empresa, lo cual les permitirá enfrentarse a una realidad tan importante como son los mercados financieros.

– En el mismo sentido, se desarrollará la **competencia matemática** al aplicar los conocimientos adquiridos en la resolución de problemas propios de la financiación de las empresas. Así la competencia matemática se aplica al área de las ciencias sociales como uno de los instrumentos que capacita para entender y decidir en el mundo empresarial.

– También será fundamental, como a lo largo de todas las unidades, el desarrollo de estrategias y herramientas como mapas conceptuales, cuadros comparativos, etc., que servirán de base para un aprendizaje riguroso. Esto permitirá potenciar la competencia de **aprender a aprender**.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. Función financiera de la empresa: la toma de decisiones y su importancia.
2. Las fuentes de financiación: concepto, tipos (atendiendo a los criterios de plazo, pro-piedad y origen) y equilibrio financiero.
3. La constitución del capital social. La ampliación de capital: concepto, características, tipos y consecuencias de la ampliación de capital, (el derecho preferente de suscripción y su valor teórico).
4. La autofinanciación. Concepto, tipos, ventajas y desventajas.
5. La financiación externa: concepto y tipos más importantes.
6. El mercado financiero, funcionamiento, agentes, activos e intermediarios.

PROCEDIMIENTOS

- Descripción de la función financiera de la empresa.
- Creación de cuadros comparativos para diferenciar las fuentes de financiación, atendiendo a sus características, ventajas y desventajas.
- Realización de mapas conceptuales que permitan interrelacionar los diferentes aspectos de la función de financiación de la empresa y del medio en el que se desarrolla.
- Resolución de problemas que permitan determinar los valores nominales y teóricos de las acciones de una empresa.
- Resolución de problemas que muestren las consecuencias de la ampliación de capital y de la forma de compensar a los antiguos accionistas a través de los derechos preferentes de suscripción y su valor teórico.
- Lectura de la prensa sobre noticias del mercado financiero y de los productos que presentan los agentes financieros.

ACTITUDES

- Valoración de la importancia de la existencia de un mercado de fuentes de financiación que garantice los recursos para las empresas.
- Análisis crítico de las informaciones de los diferentes agentes financieros sobre sus activos y las consecuencias en el mercado financiero a través de la lectura de la prensa.
- Reflexión crítica sobre la diferencia entre invertir y especular.
- Fomento de la actitud de trabajo y esfuerzo para lograr un conocimiento pormenorizado de las fuentes de financiación y sus características.
- Respeto hacia las opiniones de los compañeros a través de los intercambios de información entre ellos.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- SUÁREZ, A.: *Decisiones óptimas de inversión y financiación en la empresa*. Pirámide, 2005.
- PISÓN FERNÁNDEZ, I.: Gestión y dirección financiera de la empresa. Pirámide, 2001.

Recursos en la red

- Revista especializada en el mundo de la empresa: www.emprendedores.es

10. Las inversiones de la empresa

La competitividad y la capacidad de una empresa para participar en mercados abiertos vendrá determinada, en gran medida, por los recursos y factores que posee y, especialmente, por los medios de producción con los que cuente. Por eso es importante desarrollar una política de inversiones que contemple el mantenimiento y mejora, si es posible, de los bienes de capital necesarios para realizar la producción.
Con las inversiones se garantiza la supervivencia de la empresa y el éxito de sus productos. Lógicamente, la empresa debe contar con herramientas para poder evaluar la conveniencia de llevar a cabo las distintas alternativas de inversión que se le planteen y disponer de criterios para poder elegir la mejor opción entre varias. Para eso, es fundamental conocer los fundamentos de las matemáticas financieras.
De lo expresado anteriormente se deriva la importancia crucial que la realización de inversiones tiene para las empresas. De entre todas las actividades que la empresa lleva a cabo, esta es, sin duda, una de las que más va a determinar el éxito del proyecto empresarial.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Diferenciar entre inversión económica e inversión financiera, poniendo en relación ambos conceptos.
- Clasificar los diferentes tipos de inversión según su función en la empresa.
- Conocer los criterios de selección de inversiones que no contemplan el cambio de valor de los flujos monetarios por el transcurso del tiempo, analizando ventajas e inconvenientes.
- Apreciar la utilidad que tienen las matemáticas financieras para el análisis de inversiones.
- Distinguir los métodos de selección de inversiones financieros de los métodos que no tienen en cuenta el cambio del valor del dinero por el paso del tiempo.
- Describir, utilizar y saber interpretar el método de la tasa interna de rentabilidad (TIR) como criterio de selección de inversiones.
- Saber utilizar el criterio del valor actual neto en la selección de inversiones.
- Conocer cada uno de los conceptos que son relevantes en el análisis del criterio del valor actual neto en la selección de inversiones.
- Conocer el concepto de amortización.
- Explicar los distintos tipos de causas que originan la amortización.
- Saber calcular por diferentes métodos la cuantificación de la amortización.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Calcular el *pay back* de una inversión y señalar las ventajas e inconvenientes de este método de selección de inversiones.
- Calcular capitales equivalentes en el tiempo, utilizando las matemáticas financieras y las operaciones de capitalización y descuento.
- Calcular la TIR de proyectos de inversión con dos flujos netos de caja e interpretar los resultados.
- Con los conocimientos adquiridos sobre el criterio del valor actual neto (VAN), seleccionar entre varias inversiones las más interesantes e interpretar los resultados.
- Explicar el concepto de amortización y las causas que originan la depreciación de los equipos y conocer el reflejo contable de la amortización.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

Sin duda, la competencia básica que más se va a desarrollar en esta unidad es la **competencia matemática**. A través de las operaciones de matemáticas financieras que vamos a trabajar de manera muy intensa a través de los ejercicios en esta unidad, vamos a facilitar que los alumnos fomenten sus habilidades para utilizar y relacionar los números, sus operaciones básicas, los símbolos y las formas de expresión y razonamiento matemático, tanto para producir e interpretar distintos tipos de información, como para ampliar el conocimiento sobre aspectos cuantitativos de la realidad y para resolver problemas relacionados con la vida cotidiana y con el mundo laboral. Forma parte de la competencia matemática la habilidad para interpretar y expresar con claridad y precisión informaciones, datos y argumentaciones, lo que favorece la participación efectiva en la vida y son este tipo

de ejercicios los que de manera idónea ayudan en la consecución de todas estas capacidades.
Pero esta unidad también está muy relacionada con el **tratamiento de la información y la competencia digital.** Por ejemplo, es posible trabajar la resolución de los ejercicios a través de una hoja de cálculo. Sin embargo, primero convendría que los alumnos realizasen las operaciones de forma manual, para que comprendan la esencia de lo que se está calculando; después las actividades pueden rehacerse utilizando herramientas informáticas que facilitan su cálculo. También se puede utilizar internet para obtener información relacionada con el coste del capital y los tipos de interés, tan presentes en toda la unidad didáctica.
Como en todas las unidades didácticas de esta materia, se sigue desarrollando la **competencia de autonomía e iniciativa personal**, pues seguimos trabajando con los alumnos las características y habilidades que han de poner en práctica para que en el futuro dispongan de las herramientas adecuadas para acometer con éxito sus proyectos y que puedan llegar a emprender sus propios negocios.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. Las decisiones de inversión.
2. Las inversiones económicas y las inversiones financieras.
3. La equivalencia de capitales en el tiempo.
4. El criterio del valor actual neto (VAN).
5. El criterio de la tasa interna de rentabilidad (TIR).
6. Los criterios estáticos de selección de inversiones: el criterio del plazo de recuperación y el criterio del flujo neto total.
7. Ventajas e inconvenientes de los diferentes criterios de selección de inversiones.
8. La amortización de las inversiones. Causas que la generan, métodos y reflejo contable.

PROCEDIMIENTOS

- Clasificación de las inversiones en función de su aplicación.
- Realización de casos prácticos de cálculo sobre proyecciones de capitales financieros a lo largo del tiempo.
- Seleccionar inversiones a través del cálculo de su VAN e interpretar los resultados.
- Calcular la TIR de proyectos de inversión con dos flujos netos de caja e interpretar los resultados.
- Calcular el *pay back* de distintos proyectos de inversión y comparación con el flujo neto de caja total de esas inversiones.
- Análisis de la amortización como forma de imputación del valor de las inversiones y de reconocimiento económico de la pérdida de valor de los activos.

ACTITUDES

- Tomar conciencia de la necesidad que tienen las empresas de invertir para garantizar su competitividad.
- Actitud activa ante la necesidad de complementar las herramientas matemáticas con la valoración subjetiva del que ha de tomar la decisión final de inversión.
- Valoración de la importancia del análisis riguroso y del trabajo profesional a la hora de abordar decisiones en un mundo complejo y cambiante.
- Ser conscientes de la existencia de riesgo a la hora de abordar determinadas inversiones por diversos motivos y circunstancias
- Actitud crítica ante las actitudes irresponsables que ponen en peligro la supervivencia de la empresa y sus puestos de trabajo.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

• SUÁREZ, A.: *Decisiones optimas de inversión y financiación en la empresa*. Pirámide, 2005.
• PISÓN FERNÁNDEZ, I.: *Dirección y gestión financiera de la empresa*. Pirámide, 2001.

Recursos en red

- El Instituto de Crédito Oficial tiene la doble función de Entidad de Crédito Especializada y Agencia Financiera del Estado: www.ico.es

11. El patrimonio y las cuentas de la empresa

La empresa, en cuanto que tiene una función social y se implican en ella diversos grupos con diferentes intereses, se ve obligada a transmitir una información fiable para que se puedan emitir juicios y tomar decisiones sobre ella. Esta es precisamente la función que cumplen la contabilidad y las normas contables de obligada aplicación para las empresas.
La información no debe ser solo transmitida, sino que, además, se ha de transmitir de una manera regulada, es decir, estipulada por ley, para que los distintos agentes (inversores, gerentes, el Estado, etc.) puedan establecer comparaciones entre empresas.
La existencia de las normas contables y de la legislación que obliga a las empresas es una garantía de transparencia y estabilidad de nuestro sistema económico y garantiza, además, el crecimiento de una economía por la confianza que esta regulación genera en la sociedad. Las normas contables han evolucionado en busca de una mayor claridad y para que los agentes económicos puedan conocer de manera más clara todos los acontecimientos relevantes de la empresa.
Muchas de las noticias económicas publicadas desde 2007 hacen referencia al modo en que, desde finales del siglo XX y durante los primeros años del siglo XXI, importantes empresas tergiversaron los conceptos contables para dar una imagen falseada de su situación real. Ello constituye una de las causas de la última crisis económica que se ha producido en todo el mundo y ha originado, en muchos casos, la quiebra de la confianza en el sistema de contabilidad de las empresas y de los métodos contables.
Por todo ello, es esencial que, en un curso de introducción a la organización de empresas, los alumnos adquieran conocimientos sobre el tratamiento de la información contable y sobre su significado e importancia ética.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Relacionar los componentes del patrimonio con los conceptos de inversión y financiación en la empresa, y entender su significado financiero.
- Conocer el concepto de patrimonio y los elementos que lo componen.
- Diferenciar y clasificar los bienes, derechos y obligaciones de las empresas en masas patrimoniales y deducir, a partir de ellas, el neto patrimonial de las empresas.
- Saber interpretar críticamente diferentes informaciones que a parezcan en los medios de comunicación sobre el resultado de las empresas y de los escándalos y buenas prácticas que se dan en la realidad y que tengan que ver con la forma de dar la información contable.
- Entender qué es el plan general de contabilidad, cuál es su función y de qué principales elementos se compone.
- Conocer y saber interpretar los principales estados contables.
- Hacer casos simples de balances de situación.
- Entender y diferenciar de otros estados contables la cuenta de pérdidas y ganancias, atendiendo a su función y a la información que transmite.
- Distinguir entre los conceptos de resultados de explotación, resultados financieros, resultados extraordinarios y beneficios netos, y entender su significado e importancia para el estudio de la empresa.
- Conocer los principales métodos de valoración de las diferentes masas patrimoniales y valorarlos críticamente como reflejo real del valor de las empresas.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Conocer, definir y calcular el patrimonio a partir de los elementos que lo componen.
- Diferenciar los diferentes libros y estados contables.
- Saber organizar los diferentes elementos patrimoniales en un balance y relacionarlos con su función financiera.
- Saber elaborar una cuenta de pérdidas y ganancias, y calcular los diferentes resultados que se obtienen dentro de ella entendiendo su significado.

- Conocer los principales contenidos, funciones y elementos del PGC prestando especial atención a los diferentes criterios de valoración de las masas patrimoniales.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

Las competencias que se desarrollaran principalmente en esta unidad didáctica son:

– La competencia de **comunicación lingüística** y de **tratamiento de información**. Las actividades de conversión de un lenguaje puramente formal como es la contabilidad, a un lenguaje natural y comprensivo, en el que se deben transformar datos cuantitativos en datos cualitativos, es una de las formaciones más importantes que se puedan dar con respecto al tratamiento de la información y uso del lenguaje.

– En el mismo sentido, se desarrolla la **competencia matemática**, al aplicar los conocimientos teóricos en la resolución de problemas propios de la contabilidad de las empresas. Así, la competencia matemática se aplica al área de las ciencias sociales como uno de los instrumentos que capacita a los alumnos y alumnas para entender el mundo empresarial y poder formarse una opinión razonada para poder decidir en asuntos económicos.

– También se potencia, como a lo largo de todas las unidades, la competencia de **aprender a aprender**. En esta unidad, es especialmente importante la insistencia en la necesidad de trabajar y presentar con orden la información (en este caso, contable) para que no se olvide o se obvie ninguna partida.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. El patrimonio, sus componentes y el balance. Los bienes, derechos, obligaciones y el neto patrimonial. La identidad básica del patrimonio.
2. Los elementos del patrimonio y las masas patrimoniales. Clasificación, plazo y estructura.
3. El sistema de información de las empresas. La cuenta y las normas de elaboración. La fase descriptiva a través de los libros contables. La síntesis a través de los estados contables.
4. El balance de situación: contenido y forma.
5. La cuenta de resultados: contenido y forma.
6. El PGC: elementos y función.
7. Principales criterios de valoración del patrimonio.

PROCEDIMIENTOS

- Explicación razonada del significado de los componentes del patrimonio.
- Clasificación de las partidas de activo, pasivo y neto patrimonial.
- Interpretación financiera de las diferentes masas patrimoniales.
- Identificación de la función de recogida de datos por partida doble.
- Elaboración, de una forma clara, de un balance de situación dados diferentes elementos patrimoniales de la empresa.
- Elaboración de la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Calculo de los diferentes resultados desde la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Estructuración y síntesis de los principales elementos del PGC, así como de su función y descripción de los grupos a los que interesa esta información.
- Descripción de los principales sistemas de valoración de las masas patrimoniales.
- Lectura y análisis crítico de información acerca de la contabilidad de las empresas, a partir de noticias publicadas en los medios de comunicación.

ACTITUDES

- Ser consciente de la importancia del patrimonio de las empresas.
- Aplicación rigurosa del lenguaje específico de la contabilidad.

- Valoración crítica del papel del Estado y de las instituciones públicas en la elaboración de las normas de tratamiento y gestión de la información contable de las empresas.
- Toma de conciencia de la importancia de los resultados de la empresa para la sociedad.
- Interés por interrelacionar todos los conocimientos sobre la empresa adquiridos hasta el momento, con el significado de los estados contables.
- Valoración crítica de las informaciones dadas en los medios de comunicación sobre la contabilidad de las empresas.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- LIZANDAS CUEVAS. J. M.: *Novedades fiscales y contables del nuevo PGC, pynes y microempresa*. Profit, 2008
- VV. AA: *Plan general de contabilidad 2008*. Pirámide, 2008.

Recursos en la red

- Instituto de contabilidad y auditoría de cuentas: www.icac.meh.es

12. Análisis financiero de la empresa

La importancia de esta unidad es fundamental, ya que en ella se mostrará el necesario equilibrio que debe existir entre la estructura económica y financiera de una empresa, por un lado, y entre los tipos de recursos que debe utilizar la empresa en su estructura financiera.

Desde el punto de vista financiero, las empresas son una sucesión de decisiones de inversión y financiación, y los resultados obtenidos pueden ser analizados por la sociedad a través de los instrumentos de análisis que la ciencia económica pone a disposición de las personas. En esta unidad, se presentarán a los alumnos los instrumentos básicos de análisis financiero aplicables a la información que debe aportar la empresa y, en consecuencia, se les mostrarán los elementos que deben ser estudiados para tomar decisiones financieras. El concepto de fondo de maniobra, los estados de equilibrio patrimonial, las ratios, no solo explican cómo se encuentra la empresa, sino que contribuyen a encontrar el camino que la empresa debe seguir para poder mejorar su situación y garantizar su permanencia en un entorno cambiante.

Los escándalos y la inestabilidad de los mercados financieros producidos desde 2007, ponen sobre la mesa la necesidad de que los alumnos tengan unos conocimientos básicos de economía y de economía de la empresa, especialmente en relación con aquellos aspectos más relevantes para comprender el mundo circundante y analizar críticamente la actuación de las empresas y de los mecanismos de regulación y vigilancia.

Por último, esta unidad sirve como resumen y aplicación de todos los conocimientos adquiridos desde la unidad 9, ya que pone en relación los aspectos financieros, económicos y contables. El alumno adquirirá, así, un sentido conjunto que le permitirá ampliar sus conocimientos sobre la empresa y el entorno en que se desenvuelve.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Identificar la información contable del balance para reconocer la estructura económica y financiera de la empresa y la relación entre ambas.
- Entender el concepto de fondo de maniobra, saber calcularlo e interpretarlo, deduciendo a partir de él los diferentes estados de equilibrio financiero de las empresas.
- Analizar con rigor científico los datos de la información económica diaria sobre aspectos financieros.
- Recordar las masas patrimoniales y sus significados, así como saberlos organizar según los criterios contables.
- Entender los diferentes instrumentos de análisis contable y su importancia.
- Entender, calcular e interpretar las principales ratios de información contable.

- Aplicar dichos conceptos a casos de la prensa y de la información dada por los medios de comunicación generales y especializados.
- Conocer las medidas legales ante los desequilibrios financieros.
- Analizar estas situaciones legales en casos dados por los medios de información.
- Entender y calcular el PMM económico financiero.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Clasificar la información contable del balance y comprender la relación entre la estructura económica y financiera de la empresa.
- Definir, calcular e interpretar el fondo de maniobra.
- Entender, calcular e interpretar las ratios para analizar la información contable, en especial, las ratios más significativas, tanto de liquidez, como de solvencia y de deuda.
- Comprender y analizar las distintas medidas legales que se pueden adoptar ante desequilibrios financieros.
- Calcular el PMM económico y financiero, y relacionarlo con la estructura financiera de la empresa.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

En esta unidad se desarrolla especialmente la **competencia de la autonomía e iniciativa personal**, al ofrecer una visión del mundo de la empresa como reflejo de la capacidad de decidir y actuar individuales, y al resaltar la influencia de los actos personales en la vida. Un ejemplo claro es el texto de la sección *Punto de partida.*

Al igual que en los temas anteriores, se desarrollan también las siguientes competencias:

- **Comunicación lingüística y de tratamiento de información.** Se trata, por un lado de entender los resultados cuantitativos como un lenguaje formal. A partir de esta información, tratarla con rigor científico e interpretarla dándole un significado cualitativo económico.
- **Competencia matemática**, puesto que muchas veces hay que aplicar conceptos como los de relación, porcentajes y representaciones gráficas, para obtener consecuencias económicas.
- **Aprender a aprender**, a través de métodos y recursos intelectuales que permiten estrategias aplicables a otros órdenes del aprendizaje formal e informal.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. La estructura económica y financiera de la empresa y su análisis en el balance.
2. La relación entre los aspectos económicos y financieros.
3. El fondo de maniobra. Concepto, significado e importancia para las empresas.
4. Instrumentos gráficos, matemáticos y porcentuales para el análisis financiero de las empresas.
5. Los porcentajes y su representación gráfica. Las ratios de liquidez tesorería, disponibilidad, garantía, endeudamiento, calidad de la deuda y autonomía financiera. Concepto e interpretación.
6. Los tipos de equilibrio en las empresas. Equilibrio total, estabilidad, desequilibrio y desequilibrio total. Concepto, representación gráfica y consecuencias. Las medidas legales: el concurso de acreedores.
7. El PMM económico y financiero. Concepto, importancia y subperíodos.

PROCEDIMIENTOS

- Cálculo e interpretación de datos porcentuales de los balances desde el punto financiero.
- Realización e interpretación de gráficos porcentuales del balance desde el punto de vista financiero.
- Cálculo, interpretación y resolución de las principales ratios, y determinación de medidas de corrección para mejorar los resultados.

- Interpretación y cálculo del fondo de maniobra.
- Determinación de la situación de equilibrio patrimonial a partir del fondo de maniobra.
- Cálculo e interpretación de los diferentes períodos medios de maduración.
- Recogida e interpretación de información de medios de comunicación, que se refiera a la situación financiera de instituciones o empresas.

ACTITUDES

- Valoración rigurosa de la información que se da sobre empresas desde el punto de vista contable.
- Valoración crítica, a partir de los conocimientos adquiridos, de los datos ofrecidos por los medios de comunicación.
- Conformación de una visión más exacta de la realidad de la empresa a partir de los instrumentos contables.
- Reconocimiento del papel de los poderes públicos en las situaciones de concurso de acreedores.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- SÁNCHEZ ARROYO, G.: *Ejercicios para comprender la contabilidad y análisis e interpretación de la información contable*. Pirámide, 2002.
- AMAT, O.: *Análisis económico financiero*. Gestión, 2000.

Recursos en la red

- Página especializada en el análisis financiero: www.fef.es
- Instituto de contabilidad y auditoría de cuentas: www.icac.meh.es

13. Análisis económico y social de la empresa

En esta unidad se aborda el análisis económico como instrumento para medir los resultados de la gestión empresarial. En resumen, se trata de responder al interrogante de si la empresa analizada ofrece una rentabilidad equiparable con otras opciones que presenta el mercado, asumiendo el mismo nivel de riesgo.
Los aspectos económicos y financieros están íntimamente relacionados, por ejemplo, a una empresa le interesa pedir dinero prestado si la rentabilidad que obtiene es mayor que el coste de los recursos ajenos (intereses), y siempre que el endeudamiento no implique asumir un alto riesgo financiero. Un análisis conjunto de ambos aspectos proporciona un diagnóstico de la rentabilidad y las posibilidades de futuro de la empresa.
Por último, hasta hace pocos años, rentabilidad social y económica eran vistas como incompatibles. Lejos del pensamiento tradicional, una empresa ética gana en rentabilidad económica porque consigue una mayor fidelidad de clientes, mejora su posicionamiento de imagen ante los consumidores y los medios de comunicación, se distingue de su competencia y la compañía se identifica con la comunidad en la que opera.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Comprender la importancia que tiene, para la toma de decisiones, la medición adecuada de la rentabilidad empresarial.
- Afianzar el cálculo de los diferentes tipos de resultados empresariales y analizar la cuenta de pérdidas y ganancias en términos relativos.
- Conocer los distintos tipos de rentabilidad que pueden obtenerse, interpretando su resultado.
- Analizar la relación entre rentabilidad económica, margen sobre ventas y rotación de ventas.
- Comprender la interrelación que existe entre la estructura financiera y la rentabilidad empresarial.
- Realizar informes económico-financieros que aconsejen ante la decisión de financiar nuevas inversiones empresariales.
- Describir los diferentes tipos de tributos y conocer los principales conceptos tributarios.
- Realizar ejercicios simulados del IVA e Impuesto de Sociedades.
- Comprender los beneficios que tiene para la empresa una relación amigable con el entorno.
- Conocer los aspectos necesarios para elaborar el balance ético de una empresa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Analizar e interpretar mediante porcentajes y ratios una cuenta de pérdidas y ganancias.
- Calcular los distintos tipos de rentabilidad a partir de una cuenta de pérdidas y ganancias interpretando su resultado.
- Realizar diagnósticos económico-financieros e informes que guíen la toma de decisiones en la empresa.
- Identificar los principales tributos relativos del IRPF, IS, IVA e IAE, y resolver ejercicios que simulen la liquidación del IVA e IS.
- Poner de manifiesto la relación entre la rentabilidad y ética empresarial.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

La información de calidad es condición indispensable para tomar las decisiones empresariales óptimas. La presente unidad aporta las estrategias básicas para obtener información relativa a la rentabilidad empresarial. Dicha información queda sintetizada en informes, dando pie a que los alumnos y alumnas pongan en práctica diversas competencias:

- **Competencia en comunicación lingüística**, cuando los informes se realizan en pequeños grupos de alumnos y deben exponerse oralmente al resto de compañeros.
- **Competencia matemática,** el cálculo e interpretación de las ratios como herramientas básicas de análisis implica poner en práctica esta competencia.
- **Autonomía e iniciativa empresarial,** al desarrollar y evaluar informes con responsabilidad y sentido crítico.

Por otro lado, en la unidad también se aborda la necesidad de dirigir las empresas desde postulados éticos que den lugar al consenso entre todos los grupos relacionados con la actividad empresarial. Este tema es propicio para contribuir al desarrollo de l**a competencia en el conocimiento y la interacción con el mundo físico, y la competencia social y ciudadana,** al interactuar con el mundo físico y contribuir a comprender la realidad social en la que se vive.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. Análisis económico de la empresa.
2. Análisis de la rentabilidad económica y financiera.
3. La rentabilidad económica a través del margen comercial y la rotación de ventas.
4. Rentabilidad y estructura financiera de la empresa.
5. La fiscalidad que afecta a las empresas: el IRPF, el IS, el IVA y el IAE.
6. Del balance social al balance ético de las empresas.

PROCEDIMIENTOS

- Enumeración de los diversos colectivos interesados en conocer los resultados de una empresa.
- Análisis de la cuenta de resultados a través de la técnica de porcentajes de participación de cada una de las partidas que la integran.
- Análisis de la rentabilidad económica y financiera a partir de los datos aportados por la cuenta de resultados.
- Partiendo de supuestos sencillos, cálculo de la rentabilidad económica a través del margen de ventas y la cuota de mercado de una empresa.
- A partir de datos aportados, interrelación de los aspectos económicos y financieros.
- ***Análisis de los diferentes impuestos que afectan a la gestión empresarial.***
- ***Realización de supuestos prácticos de liquidación del IVA.***

ACTITUDES

- Valoración positiva de la información empresarial relativa a la gestión, de forma que puedan informarse debidamente los agentes implicados.
- Valorar la importancia que tiene para la viabilidad de una empresa obtener una rentabilidad suficiente de sus inversiones.
- Valorar la gestión empresarial basada en principios de ética social.

- Valorar positivamente la contribución de las empresas al sostenimiento de los gastos públicos.
- Actitud crítica hacia aquellas empresas que defraudan e incumplen sus responsabilidades sociales.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- ESTEO SÁNCHEZ, F.: *Análisis de los estados financieros, planificación y control*. Centro de Estudios Financieros, 1995.
- RIVERO TORRE, P.: *Análisis de balances y estados complementarios*. Pirámide, 2002.
- SÁNCHEZ ARROYO, G. y otros: Ejercicios de contabilidad y análisis e interpretación de la información contable. Pirámide, 2002.

Recursos en la red

- Página especializada en el análisis financiero: www.fef.es
- Instituto de contabilidad y auditoría de cuentas: www.icac.meh.es

14. Dirección y organización de la empresa

Una de las características esenciales de la empresa es la capacidad de plantearse objetivos y la necesidad de coordinar los factores productivos para alcanzarlos. Sin embargo, esta cualidad sería imposible si el sistema careciese de una organización eficiente dirigida por una dirección con una meta claramente definida. Precisamente, en este tema, los alumnos van a ver y entender una de las funciones de la dirección es determinar los objetivos de la empresa y planificar el sistema que va a hacer posible cumplirlos. Este es un proceso de concreción que va desde la definición de los aspectos más generales de planteamiento de metas, hasta la estipulación de reglas de actuación ante hechos específicos.

Los alumnos deben, además, entender que estos objetivos no se lograrían si no existiese una organización técnica, claramente especificada, que defina las obligaciones, responsabilidades y el área de mando de cada miembro de la empresa. Por otro lado, al ser la empresa una organización social, existe una estructura de relaciones personales, basada en las afinidades propias, más allá de la parte técnica, que responde a la individualidad y pertenencia de grupos, fuera del control de la empresa, y que interfiere en la estructura formal.

Toda organización empresarial está compuesta por partes diferenciadas, lo que se refleja en una complejidad de gestión. Por otra parte, la empresa sobrevive mientras sepa adaptarse a su entorno, siempre cambiante. El alumno debe reflexionar sobre estos aspectos al analizar la importancia de las estructuras organizativas de las que forma parte. Así, el hecho de acudir a clase y pertenecer a una institución educativa le hace partícipe de los objetivos y logros de esa empresa. Los alumnos deben concluir que todo el proceso de planificación, control y organización no es exclusivo del mundo empresarial, sino de la actividad humana en general, sea cual fuere al ámbito al que se refiere.

En definitiva, esta unidad debe servir al alumno para conocer la actividad del empresario y de los directivos, y para reflexionar críticamente sobre el papel de estos dentro de la empresa y, por extensión, en la sociedad.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Identificar y clasificar las diferentes funciones del área de dirección de la empresa, así como los diferentes niveles de dirección.
- Identificar las fases de la planificación y control entendiendo sus diferentes niveles e importancia, y saber aplicarlas en tareas cotidianas, en cualquier empresa que se desee llevar a cabo.
- Entender y saber identificar los principios de la organización empresarial, apreciando su evolución en el tiempo así como las aportaciones de otras ciencias para conseguir una gestión más eficaz.
- Diferenciar la estructura formal de la informal, aplicándola a la realidad cotidiana y viendo la importancia que tienen ambas en cualquier organización.
- Valorar críticamente las figuras del directivo y el líder dentro de la empresa.
- Saber qué es un organigrama y utilizarlo para describir las estructuras organizativas de las empresas y grupos sociales a los que se pertenece.
- Valorar críticamente el concepto de poder y autoridad desde la responsabilidad.
- Entender el concepto de estructura organizativa y conocer las estructuras más corrientes que se dan en el mundo empresarial, definiendo las ventajas e inconvenientes que tiene cada una de ellas y las circunstancias que las hacen más deseables, dada la realidad en que se desenvuelven.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Conocer, identificar y clasificar las funciones de planificación y control, así como las fases de las que se componen.
- Entender el concepto de organización empresarial y sus principios, y las aportaciones de las diferentes escuelas.
- Distinguir entre la estructura formal e informal de la empresa.
- Conocer, identificar y diferenciar criterios de departamentalización, sus características, ventajas e inconvenientes.
- Conocer, identificar y diferenciar las estructuras organizativas básicas, sus características, ventajas e inconvenientes y saber hacer organigramas que las representen.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

Las competencias fundamentales que se desarrollan en esta unidad hacen referencia a:

- **Comunicación lingüística** y de **tratamiento de información.** La utilización de información de la prensa y otros medios de comunicación para ver las organizaciones de diferentes empresas ayudará a tratar la información como base del conocimiento. Por otro lado, el desarrollo de actividades de diálogo y debate permitirán el desarrollo de la comunicación lingüística con rigor y respeto.
- **Aprender a aprender.** Esta competencia se fomenta a través de métodos y recursos intelectuales que permiten estrategias aplicables a otros órdenes del aprendizaje forma e informal.
- La competencia de **autonomía personal** se desarrolla en los epígrafes que abordan la importancia de la planificación y control en toda actividad, incluidas las cotidianas, para lograr los objetivos que uno se plantea. Por otro lado, en la unidad se recalca cómo la autoridad va asociada a la responsabilidad, de forma que, a mayor autoridad, mayor responsabilidad.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. El área de dirección de la empresa. Niveles de dirección.
2. Funciones de la dirección: planificación, control y organización.
3. La importancia de la planificación. Fases y niveles de planificación.
4. El control. Fases del proceso de control e importancia de esta función.
5. La organización formal: principios, escuelas e historia criterios de departamentalización, estructuras organizativas y organigramas.
6. La organización informal: fundamentos, características e importancia.

PROCEDIMIENTOS

- Planificación de actividades empresariales simples y de actividades cotidianas de los alumnos.
- Establecimiento de criterios y métodos de control para aplicarlos en supuestos sencillos de empresas y actividades personales.
- Diseño de departamentalizaciones y de los organigramas correspondientes que los representen.
- Lectura de organigramas e interpretación de los principios organizativos que se reflejan en ellos.
- Realización de cuadros comparativos que reflejen las diferencias entre la organización formal e informal, y los distintos criterios departamentalización y de las estructuras organizativas.

ACTITUDES

- Valoración crítica del concepto de autoridad y de responsabilidad.
- Reflexión sobre la planificación y control como aspectos esenciales para llevar a cabo cualquier actividad en la vida.
- Valoración crítica de los diferentes principios que rigen la organización de la empresa y su influencia en el desarrollo del trabajo.
- Reflexión sobre el papel que cada persona desempeña en las organizaciones informales a las que pertenece.
- Reflexión y valoración crítica del papel de los jefes, directivos y líderes en la empresa y en otros aspectos de la vida.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- AUSOFF, I.: *La dirección y su actitud ante el entorno*. Deusto, 1985.
- FAYOL, H.: *Administración industrial*. Ateneo, 1980.
- ODIORNE, G.: *El lado humano de la dirección*. Díaz Santos, 1990.

Recursos en la red

- Artículos sobre administración y dirección de empresas: www.ucm.es/info/eunivers/hp308.htm

15. La dirección de recursos humanos

Un aspecto fundamental dentro de la organización empresarial es el de la gestión de los recursos humanos que en ella trabajan, pues de todos los factores que intervienen en los procesos productivos, este es, sin duda, el más relevante para el éxito de la organización.
El éxito de una empresa depende mucho de la motivación de sus empleados o de los incentivos que se hayan establecido para hacer actuar a los integrantes de una empresa en una determinada dirección. También son fundamentales las dinámicas de grupo que se creen.
Un aspecto primordial de la dirección de recursos humanos es identificar, de entre todos los integrantes de una empresa, a aquellos con mayor poder o autoridad sobre el resto para dirigir al grupo en la consecución de los objetivos que se hayan planteado.
Además, en esta unidad vamos a tratar asuntos de tipo técnico sobre la contratación y selección de personal, así como cuestiones de derecho laboral y tipos de contrato y solución a los problemas laborales, asuntos, todos ellos, que entran en el ámbito que debe resolver el departamento de recursos humanos de la empresa.
Esta unidad resulta clave para los alumnos, pues trata del aspecto que puede diferenciar en mayor medida las actuaciones de una empresa, como es el personal que la compone. La motivación del personal, su correcta selección y todo lo que tiene que ver con el personal en la empresa son vitales para lograr organizaciones eficientes y productivas pero que, además, creen entornos agradables de trabajo donde las personas establezcan lazos afectivos y contribuyan a generar un entorno agradable donde desarrollar su actividad profesional.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Valorar la importancia que tiene para una empresa contar con un buen equipo de personas que, además, esté motivado para alcanzar los objetivos de la empresa.
- Estudiar las diferentes técnicas de motivación existentes.
- Comprender la importancia de las técnicas de motivación y relacionarlas con los objetivos de la empresa.
- Conocer las diferencias que existen entre un líder y un directivo.
- Identificar las características que debe tener un líder en una empresa.
- Estudiar los factores que se precisan para que el proceso de comunicación dentro de una empresa sea eficaz.
- Explicar las condiciones que deben darse para que la comunicación empresarial logre los objetivos deseados.
- Analizar las condiciones que debe cumplir un nuevo trabajador para que se adapte a la labor que debe realizar en la empresa.
- Conocer la normativa existente en nuestro país sobre la modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Conocer las teorías que existen sobre la motivación.
- Analizar los factores de motivación y su aplicación en casos particulares que se den en la empresa.
- Estudiar y valorar convenientemente los distintos estilos de dirección. Liderazgo y dirección.
- Diseñar las líneas básicas de un plan de comunicación para una empresa.
- Conocer la normativa laboral española, los contratos de trabajo y las vías para resolver los conflictos que puedan surgir en el terreno laboral.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

Sin duda, la competencia básica que más se va a trabajar en esta unidad es la **competencia de autonomía e iniciativa personal**. Al hacer reflexionar a los alumnos sobre los procesos de la motivación en el trabajo, les estamos dotando de armas para que, en el futuro, encuentren los resortes indicados para funcionar en una determinada dirección, con confianza en sí mismos y tomando las decisiones oportunas basadas en el conocimiento de los procesos de motivación que se dan en ellos mismos y los que puedan ser sus colaboradores. Pero, además, les estamos haciendo reflexionar sobre la posibilidad de desarrollar dotes de líderes y de ponerlas en práctica en diferentes circunstancias que les conduzcan a conseguir el éxito en sus empresas.
Pero esta unidad también está muy relacionada con la **competencia social y ciudadana**, sobre todo cuando se abordan todos los aspectos relacionados con la normativa laboral y la resolución de los conflictos laborales. Los ciudadanos deben saber cuáles son los cauces que tienen para hacer valer

sus derechos, al mismo tiempo que conocen esos mismos derechos y, tan importantes como ellos, sus obligaciones. En ese sentido, la explicación de la última parte de la unidad didáctica debe hacer reflexionar a los alumnos sobre la necesidad de conocer las normas y leyes que regulan nuestras relaciones y así concienciarles en la toma de una actitud activa en la defensa de los valores de nuestra Constitución y que son la garantía de una convivencia pacífica.
Por último, esta unidad didáctica se presta a trabajar la comunicación lingüística y, en general, los procesos de comunicación. Por ejemplo, uno de los epígrafes aborda el análisis de esos procesos dentro de la empresa y en él se analizan los elementos que deben tenerse en cuenta en todo proceso de comunicación para que esta sea eficaz.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. Las funciones de dirección de recursos humanos.
2. La motivación humana. Teorías sobre la motivación.
3. Las técnicas y factores de motivación.
4. Estilos y teorías sobre liderazgo.
5. La comunicación en la empresa y sus elementos: emisor, mensaje, código, canal de comunicación y receptor.
6. La selección de personal.
7. La modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
8. El conflicto colectivo y la negociación colectiva.

PROCEDIMIENTOS

- Ante distintos supuestos, identificación de los sistemas de motivación existentes en la empresa.
- Análisis de las características propias de un líder.
- Debate sobre las distintas fuentes de poder que utilizan los líderes.
- Identificación y valoración de los diferentes tipos de canales de comunicación que pueden utilizarse en una empresa.
- Análisis de ofertas de empleo aparecidas en los medios de comunicación.
- Análisis y valoración de los derechos de los trabajadores cuando existe un conflicto laboral.

ACTITUDES

- Análisis crítico de los procesos de selección de personal.
- Toma de conciencia de la importancia que tiene la motivación en cualquier trabajo y actividad humana.
- Valoración crítica de distintos sistemas retributivos en la empresa tendentes a modificar la motivación de los trabajadores.
- Capacidad para reconocer las fuentes de poder que utiliza un directivo o un líder.
- Análisis crítico de los distintos tipos de liderazgo y de su puesta en marcha en la empresa.
- Valoración de los procesos de comunicación de una empresa y capacidad de elección de la manera más adecuada de comunicación en cada caso particular.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

- ARALUCE LETAMENDIA, M.: *Recursos Humanos, Apuntes de la asignatura*. ISSA ,2001.
- RODRÍGUEZ PORRAS, J. M.: *El factor humano en la empresa*. Deusto, 1994.
- GÓMEZ-MEJÍA, L.., BALKIIN, D. y CARDY, R.: *Gestión de recursos humanos*. Prentice Hall,1997.
- MINTZBERG, H.: *La estructuración de las organizaciones.* Ariel, 1984.
- BUENO CAMPOS, E.: *Organización de empresas. Estructura, procesos y modelos*. Pirámide, 1996.
- PUCHOL, L.: *Casos y supuestos de dirección y gestión de recursos humanos*. Díaz de Santos, 2000.
- CARDONA, P.: *Las claves del talento*. Urano, 2002.

Recursos en la red

- Para analizar las ofertas de trabajo, el reclutamiento de personal y la selección de personal: www.infoempleo.com

16. El proyecto empresarial

La creación de una empresa constituye un proceso de alta complejidad en el que se deben prever muchos y diversos aspectos esenciales. Por ello, desde un punto de vista didáctico, esta unidad tiene un gran valor, ya que en ella se repasan todos los contenidos del curso de forma aplicada.

Con esta unidad, hay que hacer ver a los alumnos que la actividad empresarial es tan creativa como puede ser la de cualquier artista, ya que nace desde la capacidad de plantearse nuevas necesidades o nuevas soluciones ante realidades teóricamente ya creadas, es decir, desde la imaginación. La imaginación entendida en el sentido moderno como capacidad de creación es una de las cualidades más características del ser humano. En nuestro tiempo, la imaginación, imprescindible en cualquier proceso creativo, ha logrado llevar el progreso del ser humano hacia cotas antes insospechadas.

Además, en esta unidad deben aplicarse con rigor unos conocimientos teóricos que constituyen la base de la actividad empresarial, en la que, como en todo proyecto, es necesaria la iniciativa combinada con una férrea voluntad de ejecución, un talante flexible ante un entorno cambiante y una gran capacidad humana para empatizar tanto con los miembros del equipo, como con los clientes.

Así, la combinación de creatividad con rigor y esfuerzo es la base de la actividad humana. La creatividad aporta posibilidad de generar un mundo diferente, el rigor y el esfuerzo aportan los medios para lograr lo soñado. Cualquiera de estas cualidades es esencial, sería imposible avanzar sin alguna de ellas.

En el plan de empresa debe ser imaginativo y viable. Debe hacerse con rigor formal, pero al mismo tiempo, debe mostrar la imaginación y flexibilidad características de un grupo o un individuo un emprendedor. La realización de un plan de negocio por parte de los alumnos, por tanto, tendrá una doble utilidad. Por un lado, permitirá recapitular todos los conocimientos adquiridos a lo largo del curso y por otro, demostrará la dificultad y el reto que supone ser empresario.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

- Conocer e identificar los factores que favorecen la creación empresarial, así como las cualidades de los emprendedores.
- Conocer, diferenciar e identificar las diferentes fuentes de nuevas ideas y de yacimientos de empleo.
- Valorar el carácter creativo de los empresarios y los emprendedores, así como la importancia de la constancia, el esfuerzo y los conocimientos para llevar con éxito cualquier actividad que uno se proponga.
- Reflexionar críticamente sobre el papel de los empresarios, sus aportaciones a la sociedad y la importancia que tienen en el tejido económico de una sociedad.
- Entender el concepto de creatividad aplicado al mundo empresarial y a la creación de negocios.
- Diferenciar los pensamientos divergente y convergente como elementos necesarios en cualquier actividad.
- Conocer y aplicar diferentes técnicas de pensamiento divergente como fuente de creatividad.
- Entender la finalidad del plan de empresa.
- Conocer las diferentes fases del plan de empresa, reflexionando sobre la importancia de cada uno de ellos.
- Realizar un pequeño proyecto de plan de empresa adecuado a las condiciones y conocimientos de los alumnos.
- Buscar información en internet y otros medios de comunicación referida a los mercados para aplicarla a los proyectos de empresa.
- Conocer las ventajas e inconvenientes de las diferentes formas de empresa, así como las obligaciones administrativo fiscales que suponen para crear una empresa.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Señalar los factores más importantes que favorecen la creación empresarial, así como las cualidades de los emprendedores.
- Mencionar diferentes fuentes de nuevas ideas y de yacimientos de empleo, reconociendo su importancia y valor.
- Aplicar el concepto de creatividad al mundo empresarial y de creación de negocios, empleando los pensamientos divergente y convergente como elementos necesarios en cualquier actividad.
- Diferenciar las distintas fases del plan de empresa.
- Evaluar las ventajas e inconvenientes de las diferentes formas de empresa, saber elegir una en función de cada modelo de negocio y conocer las obligaciones fiscales de una empresa.

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS BÁSICAS

En esta unidad, se trabajan de forma especial las siguientes competencias básicas:

- **Comunicación lingüística** y de **tratamiento de información.** La utilización de información de la prensa y otros medios de comunicación para ver las ideas de diferentes empresas ayudará a tratar la información como base del conocimiento. Por otro lado, el desarrollo de actividades de diálogo y debate permitirán el desarrollo de la comunicación lingüística con rigor y respeto.
- **Competencia matemática,** al realizar los presupuestos para la viabilidad económica del proyecto empresarial e interpretarlos.
- **Aprender a aprender,** a través de métodos y recursos intelectuales que permiten estrategias aplicables a otros órdenes del aprendizaje forma e informal. Será el momento de aplicar los conceptos ya adquiridos a una realidad concreta como es el plan de negocio.
- La competencia de **autonomía personal** se desarrolla a través de varios epígrafes en los que se muestra la importancia que tienen las tareas de planificación, control e imaginación en las actividades personales de cara a conseguir unos objetivos concretos. La idea de un proyecto empresarial constituye un eje de aplicación de lo aprendido que ayudará a los alumnos a realizar trabajos creativos en otros ámbitos personales.

CONTENIDOS

CONCEPTOS

1. La figura del emprendedor.
2. Factores favorecedores para la creación empresarial
3. Cualidades del emprendedor.
4. Orígenes y nuevas oportunidades de negocio (NYD).
5. La creatividad en la creación de empresas.
6. Pensamiento convergente y divergente.
7. Técnicas de pensamiento creativo
8. El plan de empresa. Concepto, importancia y fases.
9. La forma jurídica en la empresa concreta.
10. La S. L. N .E.
11. Obligaciones administrativas y fiscales para la creación de empresas

PROCEDIMIENTOS

- Elaboración de esquemas de los aspectos más relevantes necesarios para la creación de un proyecto empresarial.
- Exponer oralmente y por escrito una idea de negocio que resulte convincente.
- Interpretar y analizar los datos de diversas fuentes de información para analizar las necesidades del mercado y detectar, de este modo, posibilidades de negocio.
- Realizar diferentes técnicas de pensamiento divergente creativo para favorecer la imaginación en la búsqueda de nuevas ideas de negocio.

ACTITUDES

- Valorar críticamente los aspectos creativos e imaginativos en el ámbito empresarial.
- Valorar las aportaciones aparentemente diferentes del resto de los compañeros.
- Reflexionar críticamente sobre las cualidades de los emprendedores y realizar esa reflexión en el ámbito personal.
- Fomentar las actitudes originales fundamentadas en el rigor y la constancia.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía

• BACA URBINA,G.: *Evaluación de proyectos*. Mc Graw Hill, 1987.
• VV. AA: *Creando empresas. La iniciativa emprendedora*. Harvard Bussisnes Review. Deusto, 1999.

Recursos en la red

• Revista especializada en el mundo de la empresa: www.emprendedores.es
• Página para la ayuda en la creación de empresas: www.ventanillaempresarial.org

6. METODOLOGIA Y ACTIVIDADES.-

6.1. Exposición oral por parte del profesor y análisis posterior del tema con los alumnos, todo ello con abundancia de ejemplos prácticos y comentarios. Para ello se utilizará como libro de texto y referencia básica el primer libro que aparece en la bibliografía. No obstante, no se seguirá el mismo orden en que figuran los contenidos del texto referenciado, sino que se variará con la intención de ir alternando temas fundamentalmente "teóricos" con otros más "prácticos" (esto es, con mayor carga numérica o matemática).

6.2. Realización de actividades, cuestiones y ejercicios de autoevaluación a lo largo de las distintas unidades didácticas.

6.3. Coloquios sobre noticias relacionadas con la asignatura que aparezcan en prensa y/o revistas especializadas, poniendo especial énfasis en estimular la participación activa de los alumnos en clase.

6.4. Se asistirá, fuera del Centro, a aquellas conferencias y/o charlas que vayan surgiendo durante el presente curso siempre y cuando sean relativas a contenidos relacionados con la materia.

6.5. Se visualizará un vídeo sobre una conocida empresa española (=ZARA) como complemento y ejemplo práctico de los contenidos desarrollados principalmente en la unidad didáctica nº 8.

7. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.-

A) CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL CURRÍCULO OFICIAL

1. **Conocer e interpretar los diversos elementos de la empresa, sus tipos, funciones e interrelaciones, valorando la aportación de cada uno de ellos según el tipo de empresa.**

   Con este criterio se pretende evaluar la capacidad del alumnado para diferenciar los diferentes elementos que componen una empresa (grupo humano, patrimonio, entorno y organización), identificar la existencia de elementos diferentes en función de qué empresa se trate y de comprender la interrelación entre empresa y su entorno general y específico.

   También se propone comprobar si el alumnado es capaz de reconocer la empresa como un sistema integrado por una serie de elementos interrelacionados, de identificar sus áreas funcionales y comprender su contribución al crecimiento económico, al empleo, al progreso y a la transformación social.

2. **Identificar los rasgos principales del sector en el que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellos, las distintas estrategias, decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales.**

   Este criterio persigue constatar si los alumnos y alumnas con capaces de identificar a qué sector pertenece una empresa, de descubrir las claves de funcionamiento del sector mediante el análisis de las fuerzas competitivas que en él operan, y de señalar las diferentes estrategias competitivas que puede desarrollar para la consecución de sus objetivos empresariales.

   Igualmente, se trata de verificar la capacidad del alumnado para diferenciar las implicaciones, tanto positivas como negativas, que suponen las decisiones empresariales en los ámbitos social y medioambiental, de identificar aquellas estrategias que son capaces de integrar aspectos económicos, sociales y medioambientales, y de valorar los sistemas de gestión empresarial que, como cultura de empresa, buscan equilibrar los objetivos de rentabilidad a corto plazo con la satisfacción de los deseos de los consumidores y la consideración del interés público de la sociedad.

3. **Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de *marketing* aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.**

   Con este criterio se pretende evaluar la capacidad del alumnado para entender la importancia de la actividad comercial de las empresas, así como para caracterizar un mercado en función de variables diversas como el número de competidores, las posibilidades de expansión de la empresa, los motivos de compra y el comportamiento de los consumidores y consumidoras.

   Igualmente, es propósito del criterio comprobar si el alumnado identifica distintas políticas de *marketing,* las adapta a cada caso concreto e interpreta y sopesa diferentes estrategias de *marketing*, incorporando a este análisis consideraciones de carácter ético y ambiental, entre otras.

4. **Describir la organización de una empresa y sus posibles modificaciones en función del entorno en el que desarrolla su actividad, identificando las técnicas básicas para la gestión de recursos humanos y analizando los cambios que están influyendo en su estructura y organización.**

   Este criterio propone verificar la capacidad del alumnado para reconocer la estructura organizativa de la empresa como marco de coordinación e interacción del grupo humano que la integra. También se trata de evaluar si el alumnado conoce las técnicas básicas para la gestión de recursos humanos, identifica y diferencia las características

de la organización formal e informal, detectando y proponiendo soluciones a las disfunciones o problemas que impidan un funcionamiento eficiente en la organización empresarial.

Por último, se persigue constatar si los alumnos y alumnas son capaces de identificar los diseños organizativos surgidos con el desarrollo de las nuevas tecnologías y de comprender cómo las organizaciones de la sociedad de la información basan su desarrollo en el conocimiento, factor que demanda nuevas técnicas de gestión.

5. **Determinar para un caso sencillo la estructura de ingresos y costes de una empresa y calcular su beneficio y su umbral de rentabilidad.**

   Con la aplicación del criterio se trata de comprobar la capacidad del alumnado para diferenciar, estructurar y formular los ingresos y costes generales de una empresa, para calcular y evaluar el beneficio o pérdida generados en el ejercicio económico y para determinar, calcular e interpretar el umbral de ventas necesario para la supervivencia de la empresa, reconociéndolo como criterio fundamental para la toma de decisiones empresariales.

6. **Diferenciar las posibles fuentes de financiación en un supuesto sencillo y razonar la elección más adecuada.**

   Con el presente criterio se verificará si los alumnos y alumnas son capaces de analizar las necesidades de financiación básica de una empresa, de conocer y clasificar las fuentes financieras mediante criterios diferentes, y de proponer con argumentos y mediante la resolución de problemas financieros aquellas opciones financieras que mejor se adaptan a un caso concreto.

   Asimismo se pretende evaluar la capacidad del alumnado para entender como garantía de solvencia financiera la correspondencia entre la naturaleza de los recursos financieros y la de los bienes y derechos en que éstos se materializan, comprendiendo la importancia de la rentabilidad en relación con el beneficio a través del uso de ejemplos y casos.

7. **Analizar y evaluar distintos proyectos de inversión sencillos y justificar razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa.**

   Con este criterio se trata de constatar la capacidad del alumnado para comprender la correspondencia entre inversión y financiación, y para identificar y aplicar a casos sencillos criterios formales de selección de inversiones basados en aspectos financieros y estadísticos. También se evaluará si los alumnos y alumnas son capaces de analizar distintos proyectos de inversión en función del flujo de cobros y pagos que generan durante su vida útil y de determinar el valor y la elección de la inversión más adecuada mediante el cálculo directo o el uso de herramientas informáticas como las hojas de cálculo.

8. **Identificar los datos más relevantes del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias, explicar su significado, diagnosticar su situación a partir de la información obtenida y proponer medidas para su mejora.**

   Este criterio propone comprobar si los alumnos y alumnas reconocen los diferentes elementos patrimoniales que componen un balance, identifican la función que tienen asignada y los agrupan correctamente en masas patrimoniales, interpretando la correspondencia entre las inversiones y su financiación.

   En segundo lugar, se evaluará la capacidad del alumnado para reconocer la estructura de la cuenta de pérdidas y ganancias, para conocer la naturaleza de los ingresos y gastos más genéricos que se originan en la actividad empresarial y para calcular el resultado del ejercicio económico.

Por último, se pretende verificar si el alumnado, a partir de la información obtenida, es capaz de analizar la situación patrimonial, financiera y económica en un caso sencillo, reconociendo la importancia de un patrimonio equilibrado, detectando desequilibrios y proponiendo medidas correctoras de éstos.

9. Analizar situaciones generales de empresas reales o imaginarias e informaciones del ámbito empresarial internacional, nacional o local, utilizando diversas fuentes y recursos materiales y las tecnologías de la información.

El criterio pretende constatar la capacidad del alumnado para aplicar los conocimientos tecnológicos al análisis de la gestión empresarial de empresas reales o imaginarias, utilizando como herramientas pedagógicas el acceso a contenidos específicos y seleccionados de la Red, la aplicación de *software* simulador de empresas y mercados y la elaboración de hojas de cálculo para la resolución de problemas de gestión, valorando el rigor en el tratamiento, análisis e interpretación de la información obtenida.

Igualmente, se evaluará si los alumnos y alumnas son capaces de observar e identificar empresas relevantes del ámbito económico nacional y canario, de hacer un seguimiento de su actividad mediante la búsqueda, selección y recogida de información procedente de fuentes diversas como informes y revistas especializadas, prensa económica y de información general, anuarios económicos y datos estadísticos…, analizando sus decisiones estratégicas y reconociendo la pluralidad de intereses que confluyen en su gestión.

10. Diseñar y planificar un proyecto empresarial simple, con actitud emprendedora y creatividad, evaluando su viabilidad y haciendo uso en su caso, de las tecnologías de la información y de la comunicación.

Con este criterio se comprobará la capacidad del alumnado para obtener información procedente de distintas fuentes con criterios selectivos, evaluarla y analizarla de forma crítica y objetiva e incorporar con rigor y creatividad, los conocimientos adquiridos y la información obtenida a la realidad de un sencillo plan de empresa, que deberá ir adaptando en función del contexto y de los problemas encontrados, incorporando, en su caso, las tecnologías de la información y la comunicación como espacio de trabajo.

Igualmente, se trata de verificar si los alumnos y alumnas son capaces de desarrollar actitudes acordes con el espíritu emprendedor como la innovación, la creatividad, la planificación y organización del trabajo, el sentido de la responsabilidad, la iniciativa y la capacidad para tomar decisiones y trabajar en equipo.

11. Analizar la realidad actual del tejido empresarial canario, los condicionantes del entorno en el que actúa la empresa insular y los mecanismos de adaptación estratégica que le imponen el desarrollo tecnológico y la competencia.

El presente criterio verificará la capacidad del alumnado para delimitar las características propias de la empresa canaria y de sus áreas funcionales, para conocer su tipología en relación con las formas jurídicas, la especialización productiva y el tamaño y para analizar sus distintos mecanismos de actuación ante los problemas y oportunidades de gestión.

También se persigue constatar si los alumnos y alumnas son capaces de comprender cómo los aspectos institucionales influyen en la localización de los agentes económicos en el Archipiélago, analizando el modo de incidir en la estructura empresarial de la empresa canaria factores como la insularidad, la lejanía y la fragmentación territorial, evaluando su capacidad de adaptación a los cambios y requerimientos de orden interno y externo, originados estos últimos por la mayor competitividad, la globalización económica y financiera y la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

B) CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO CURRICULAR

1. Diferenciar los diferentes elementos que componen una empresa (grupo humano, patrimonio, entorno y organización), explicando la existencia de elementos diferentes en función de qué empresa se trate y las relaciones entre la empresa y los diferentes grupos de interés (otras empresas, administraciones públicas, clientes, proveedores, entidades financieras, etc.).
2. Desarrollar una visión global de la empresa, sus objetivos, funciones y elementos que la componen, diferenciando los distintos tipos de empresas bajo diferentes criterios, y reconociendo la importancia de la responsabilidad social de este agente económico y su relación con el entorno.
3. Obtener información de la empresa a partir de fuentes externas: informes económicos, prensa escrita, estudios estadísticos, encuestas, visitas a empresas, y de fuentes internas: balances, cuentas de pérdidas y ganancias, memorias, registros contables e informes internos.
4. Enumerar diferentes tipos de sectores empresariales, identificando las diferentes estrategias que puede seguir una empresa para la consecución de sus objetivos.
5. Describir el funcionamiento del área de producción de una empresa y valorar cómo influyen el factor humano y las nuevas tecnologías en la productividad.
6. Interpretar la organización formal e informal de una empresa, proponiendo soluciones a disfunciones o problemas que impidan el funcionamiento eficiente en la organización empresarial.
7. Analizar las implicaciones, tanto positivas como negativas, que suponen las decisiones empresariales en los ámbitos social y medioambiental.
8. Valorar como impulsoras de bienestar colectivo las empresas que asumen responsabilidad social y criterios éticos, analizando el caso concreto del tejido empresarial de Canarias.
9. Identificar las características más significativas del sector en el que la empresa realiza su actividad y de las diferentes estrategias adoptadas por la misma.
10. Analizar diferentes modelos de organización y de financiación empresarial, así como sus adaptaciones al entorno, en especial en Canarias.
11. Interpretar diferentes estrategias de marketing, valorando su viabilidad e incorporando en esa valoración consideraciones de carácter ético, ambiental, etc.
12. Describir las técnicas básicas para la gestión de recursos humanos, valorando los cambios que operan en su estructura y organización.
13. Analizar la situación de una empresa a partir de los datos que aparecen en las cuentas anuales de una empresa, aplicando técnicas de análisis económico y financiero.
14. Diferenciar y estructurar los ingresos y costes generales de una empresa, determinando el beneficio o pérdida generada, así como el umbral de ventas necesario para su supervivencia.
15. Aplicar distintos métodos de selección de inversiones, valorando de manera crítica y autónoma la elección del proyecto más ventajoso.
16. Desarrollar la capacidad de análisis para la investigación de mercados y las diferentes políticas de marketing.
17. Valorar las necesidades de financiación básicas de una empresa, proponiendo de forma argumentada las opciones financieras que mejor se adaptan a un caso concreto.
18. Abordar con autonomía y creatividad la planificación de un proyecto sencillo de iniciativa empresarial, aplicando los conocimientos adquiridos en esta materia.
19. Distinguir entre crecimiento interno y externo de las empresas, reconociendo los diferentes criterios de medición del tamaño de las empresas y los factores de desarrollo multinacional.
20. Analizar la influencia de factores como la insularidad, la lejanía y la fragmentación territorial en la estructura empresarial canaria, evaluando su capacidad de adaptación a los cambios y condicionantes de orden interno y externo, causados por la mayor competitividad, la globalización económica y financiera y la influencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
21. Utilizar métodos diversos de selección de inversiones con objeto de resolver casos básicos, utilizando modelos con hojas de cálculo.
22. Identificar los diferentes elementos de un documento contable (un balance, una cuenta de pérdidas y ganancias, etc.) y su significado en la empresa.

23. Analizar la situación patrimonial, financiera y económica en un caso sencillo detectando desequilibrios y proponiendo medidas correctoras de éstos.
24. Interpretar las informaciones sobre hechos significativos en la organización empresarial de Canarias, valorando las repercusiones de la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en este ámbito.
25. Aplicar los conocimientos tecnológicos al análisis y resolución de casos sencillos, valorando el rigor en el análisis e interpretación de la información.
26. Planificar un sencillo proyecto empresarial, valorando sus dificultades, debilidades y oportunidades.
27. Transmitir y comunicar información de forma organizada, seleccionando el formato y cauce técnico más adecuado en función del contenido.
28. Analizar la importancia que tienen las pequeñas y medianas empresas para la economía canaria como generadoras de empleo, innovación y como motores del desarrollo económico y social, valorando la función y competencia de éstas ante la globalización.

C) CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO CURRICULAR Y SU DESARROLLO/ VINCULACIÓN CON LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL PC	CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL PC
1. Aplicar la terminología económica específica de la materia al análisis de fenómenos y problemas relacionados con la organización de la empresa y como herramienta de aprendizaje, empleando toda la variedad de fuentes disponibles para extraer información global y específica. 2. Utilizar, de forma individual y en grupo, las tecnologías de la información y la comunicación, analizando críticamente la amplia información disponible en la Red sobre la materia y mostrando interés por su uso de forma ética, autónoma y reflexiva. 3. Debatir, siguiendo las normas básicas de la comunicación oral, sobre la utilización de los recursos naturales y la aplicación de las nuevas tecnologías en la organización empresarial, mostrando actitudes críticas y reflexivas ante el impacto sobre el entorno natural y socio-económico de tales fenómenos. 4. Interpretar y exponer datos de carácter económico (tablas, gráficos, estadísticas, etc.) sobre datos empresariales relacionados con el tejido empresarial canario, procedentes de distintos tipos de fuentes (impresas, audiovisuales y digitales). 5. Analizar de forma crítica y documentada la significación de las empresas canarias en la economía y el mercado laboral canario y español, caracterizando las diferentes áreas de actividad empresarial en Canarias. 6. Analizar los elementos y principios básicos que rigen el funcionamiento y organización empresarial, en especial el ámbito de los recursos humanos, elaborando juicios y criterios personales sobre los retos a los que se enfrentan las empresas, especialmente las canarias, en el actual entorno globalizado e interdependiente. 7. Obtener, seleccionar e interpretar informaciones sobre los niveles de productividad, competitividad y calidad de las empresas españolas, en general, y canarias, en particular, utilizando métodos y tecnologías adecuadas en cada caso, reflexionando, de manera crítica, sobre sus posibilidades y limitaciones de crecimiento y crisis.	1. Diferenciar los diferentes elementos que componen una empresa (grupo humano, patrimonio, entorno y organización), explicando la existencia de elementos diferentes en función de qué empresa se trate y las relaciones entre la empresa y los diferentes grupos de interés (otras empresas, administraciones públicas, clientes, proveedores, entidades financieras, etc.). (C.E. 1, 6) 2. Desarrollar una visión global de la empresa, sus objetivos, funciones y elementos que la componen, diferenciando los distintos tipos de empresas bajo diferentes criterios, y reconociendo la importancia de la responsabilidad social de este agente económico y su relación con el entorno. (C.E. 1, 6) 3. Obtener información de la empresa a partir de fuentes externas: informes económicos, prensa escrita, estudios estadísticos, encuestas, visitas a empresas, y de fuentes internas: balances, cuentas de pérdidas y ganancias, memorias, registros contables e informes internos. (C.E. 1, 2, 3, 7, 8) 4. Enumerar diferentes tipos de sectores empresariales, identificando las diferentes estrategias que puede seguir una empresa para la consecución de sus objetivos. (C.E. 1, 6) 5. Describir el funcionamiento del área de producción de una empresa y valorar cómo influyen el factor humano y las nuevas tecnologías en la productividad. (C.E. 1, 3, 6) 6. Interpretar la organización formal e informal de una empresa, proponiendo soluciones a disfunciones o problemas que impidan el funcionamiento eficiente en la organización empresarial. (C.E. 1, 6, 8) 7. Analizar las implicaciones, tanto positivas como negativas, que suponen las decisiones empresariales en los ámbitos social y medioambiental. (C.E. 1, 3, 6) 8. Valorar como impulsoras de bienestar colectivo las empresas que asumen responsabilidad social y criterios éticos, analizando el caso concreto del tejido empresarial de Canarias. (C.E. 1, 4, 5, 6, 7) 9. Identificar las características más significativas del sector en el que la empresa

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL PC	CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL PC
8. Planificar la elaboración de un trabajo de investigación sobre un hecho o producto de carácter empresarial, mediante la búsqueda y análisis de informaciones de diferente procedencia, reconociendo las distintas interpretaciones en función de posibles circunstancias y causas que las explican. 9. Planificar proyectos sencillos y estrategias de iniciativa empresarial, analizando los aspectos y recursos necesarios para la creación y organización de empresas. 10. Interpretar balances y cuentas de pérdidas y ganancias de casos sencillos de empresas, para diagnosticar su situación patrimonial, financiera y económica, detectando desequilibrios y proponiendo medidas para su mejora.	realiza su actividad y de las diferentes estrategias adoptadas por la misma. (C.E. 1, 6) 10. Analizar diferentes modelos de organización y de financiación empresarial, así como sus adaptaciones al entorno, en especial en Canarias. (C.E. 4, 6, 7) 11. Interpretar diferentes estrategias de marketing, valorando su viabilidad e incorporando en esa valoración consideraciones de carácter ético, ambiental, etc. (C.E. 4, 6) 12. Describir las técnicas básicas para la gestión de recursos humanos, valorando los cambios que operan en su estructura y organización. (C.E. 1, 6) 13. Analizar la situación de una empresa a partir de los datos que aparecen en las cuentas anuales de una empresa, aplicando técnicas de análisis económico y financiero. (C.E. 1, 4, 6, 7, 8, 10) 14. Diferenciar y estructurar los ingresos y costes generales de una empresa, determinando el beneficio o pérdida generada, así como el umbral de ventas necesario para su supervivencia. (C.E. 1, 4, 6, 7, 10) 15. Aplicar distintos métodos de selección de inversiones, valorando de manera crítica y autónoma la elección del proyecto más ventajoso. (C.E. 4, 6, 7) 16. Desarrollar la capacidad de análisis para la investigación de mercados y las diferentes políticas de marketing. (C.E. 2, 4, 6, 7, 8) 17. Valorar las necesidades de financiación básicas de una empresa, proponiendo de forma argumentada las opciones financieras que mejor se adaptan a un caso concreto. (C.E. 1, 2, 4, 6, 7, 8) 18. Abordar con autonomía y creatividad la planificación de un proyecto sencillo de iniciativa empresarial, aplicando los conocimientos adquiridos en esta materia. (C.E. 2, 9) 19. Distinguir entre crecimiento interno y externo de las empresas, reconociendo los diferentes criterios de medición del tamaño de las empresas y los factores de desarrollo multinacional. (C.E. 1, 6) 20. Analizar la influencia de factores como la insularidad, la lejanía y la fragmentación territorial en la estructura empresarial canaria, evaluando su capacidad de adaptación a los cambios y condicionantes de orden interno y externo, causados por la

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL PC	CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL PC
	mayor competitividad, la globalización económica y financiera y la influencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. (C.E. 1, 2, 4, 5, 6) 21. Utilizar métodos diversos de selección de inversiones con objeto de resolver casos básicos, utilizando modelos con hojas de cálculo. (C.E. 1, 4, 6, 7, 8) 22. Identificar los diferentes elementos de un documento contable (un balance, una cuenta de pérdidas y ganancias, etc.) y su significado en la empresa. (C.E. 1, 4, 10) 23. Analizar la situación patrimonial, financiera y económica en un caso sencillo detectando desequilibrios y proponiendo medidas correctoras de éstos. (C.E. 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8) 24. Interpretar las informaciones sobre hechos significativos en la organización empresarial de Canarias, valorando las repercusiones de la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en este ámbito. (C.E. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8) 25. Aplicar los conocimientos tecnológicos al análisis y resolución de casos sencillos, valorando el rigor en el análisis e interpretación de la información. (C.E. 1, 2, 4, 7, 8) 26. Planificar un sencillo proyecto empresarial, valorando sus dificultades, debilidades y oportunidades. (C.E. 9) 27. Transmitir y comunicar información de forma organizada, seleccionando el formato y cauce técnico más adecuado en función del contenido. (C.E. 1, 2, 3) 28. Analizar la importancia que tienen las pequeñas y medianas empresas, así como las cooperativas para la economía canaria como generadoras de empleo, innovación y como motores del desarrollo económico y social, valorando la función y competencia de éstas ante la globalización. (C.E. 1, 2, 4, 5, 6)

8. SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN.-

8.1. Los alumnos serán evaluados contemplando lo siguiente:

- Asistencia y atención.

- Preguntas y participación activa en las clases.
- Realización de las actividades y ejercicios que se propongan.
- Un ejercicio escrito como mínimo (normalmente serán dos en el último trimestre y tres en los trimestres primero y segundo) por evaluación. El mencionado ejercicio tendrá dos partes: una teórica (con "preguntas a desarrollar") y otra práctica (con "problemas numéricos" similares a los vistos en clase). La amplitud de ambas partes dependerá de la materia impartida en el trimestre correspondiente.

8.2. **Las recuperaciones** se harán mediante un ejercicio escrito del tipo señalado en el apartado anterior durante cada uno de los dos primeros trimestres. Además, en Junio y/o Septiembre se podrá optar por una recuperación final de cada una de las tres evaluaciones realizadas. No obstante, para Septiembre no se guardarán las evaluaciones parciales aprobadas, sino que los alumnos habrán de examinarse de toda la asignatura. A pesar de esto último y de cara a la convocatoria de Septiembre, sí que se tendrá muy en cuenta el trabajo desarrollado durante el curso en el aula, así como las actividades de recuperación (basadas en la realización de ejercicios prácticos similares a los hechos en clase) que se propondrá para ser realizados en el verano (julio y agosto) y deberán ser entregados en septiembre, justamente el día en que se haya convocado el examen extraordinario.

8.3. Para aquel **alumnado que** por no asistir a clase **haya perdido el derecho a la evaluación continua**, se le evaluará mediante un único examen en las convocatorias de junio y/o septiembre, sirviendo éste para comprobar si han asimilado el contenido mínimo exigible.

8.5. **El alumnado que quiera "subir nota"** y haya superado las distintas evaluaciones podrá presentarse a un examen especial al final de cada trimestre o al terminar el curso, puntuándose (según haya necesitado o no hacer exámenes de recuperación) de dos formas distintas: 1) la media entre la nota general del trimestre y el examen especial; 2) la nota más alta de las dos.

9. MODELO DE EVALUACION Y CRITERIOS DE CALIFICACION.-

9.1. El ejercicio escrito (ver apartado 8.1) constará generalmente de preguntas de los dos tipos señalados (teóricas y prácticas). La puntuación total será como máximo (ver apartado 9.2) de 9 puntos (excepto en las recuperaciones de las dos primeras evaluaciones, donde la puntuación máxima será de 7 puntos; así mismo, todos aquellos alumnos que no superen la asignatura por evaluaciones parciales tendrán en Junio y/o Septiembre una nota máxima de 10). Se valorarán de distinta forma la parte teórica y la parte práctica, de tal manera que normalmente se priorizará la parte práctica (con un 60 %) respecto a la teórica (con un 40 %); no obstante, esto podrá variarse en algunas pruebas en función de la parte del temario que se está evaluando.

9.2. Las calificaciones de cada evaluación van de “0” a “10” y se distribuirán de la siguiente forma:

-a) La asistencia, participación y realización de ejercicios numéricos podrán influir un 10 % en la nota de la evaluación.

-b) La valoración del ejercicio escrito influirá en un 90 % en la nota de la evaluación, calculando la nota media de los controles realizados en cada trimestre para saber la nota final de cada alumno, pero ello será así siempre y cuando el alumno haya obtenido en cada una de dichas pruebas una calificación de 3 puntos como mínimo. En caso contrario, la evaluación quedará pendiente para recuperar al final de ese trimestre o a principios del siguiente. Será obligatorio obtener una nota media mínima de 5 en dichos controles para poder aprobar la materia.

-c) En todo caso, para superar con éxito los contenidos del trimestre, habrá que obtener al menos un 5 sumando todos los conceptos anteriores. No obstante, téngase en cuenta, por ejemplo, que una media de 5 en los exámenes trimestrales realizados (al menos 2) equivaldría a un 4,5 en la nota de la evaluación. Ello implica que se debería obtener un 0,5 como mínimo en el resto de conceptos (ver apartado a), pudiéndose dar la circunstancia de aprobar los exámenes escritos y suspender la evaluación.

-d) La nota de cada evaluación será redondeada al número entero más próximo, de la siguiente manera:

- Si la puntuación decimal supera o iguala el 5, el redondeo será por arriba al número entero superior. (Por ejemplo un 6,5 sería un 7).
- Si la puntuación decimal no supera el 5, el redondeo será por abajo al número entero inferior.(Ej. un 6,4 sería un 6).

-e) La nota final del curso (en junio) se obtendrá calculando la nota media de las calificaciones obtenidas en las evaluaciones trimestrales. Para ello se utilizarán las notas reales de cada trimestre; por ejemplo, si un alumno obtiene un 6,6 en el segundo trimestre será ésta la nota a tener en cuenta al calcular la media final en junio, aunque se le haya puesto un 7 en la nota parcial de dicho trimestre.

9.3. En caso de no alcanzar la nota de 5 en la evaluación correspondiente, el alumno deberá hacer un examen de recuperación (ver apartado 8.2) al finalizar la misma, pudiendo éste realizarse antes o después de la entrega de notas, pero siempre después de dejar pasar el tiempo prudencial suficiente (al menos una semana) para tomar conciencia de los errores cometidos y de las estrategias precisas para subsanarlos. Los contenidos de esta prueba serán todos los impartidos en dicha evaluación y la calificación máxima será “7”.

9.4. En la evaluación final de Junio no se conservarán las notas positivas parciales de las evaluaciones trimestrales con calificación inferior al 5. En este caso, así como en la convocatoria de Septiembre, la nota máxima podrá ser “10”.

9.5. Por último, se tendrán especialmente en cuenta las faltas de ortografía, valorándose éstas con la pérdida de uno o dos puntos según lo siguiente: (se permite el uso del diccionario.)

- 1 falta = 0,1 p. menos. (3 fallos en tildes equivalen a 1 falta).

10. TEMPORALIZACION.- Serán 4 h. semanales. (Total curso = 128 h.)

- Primera evaluación (13 semanas): unidades 1 a 6 + 9 = 52 h.
- Segunda evaluación (11 semanas): unidades 7 + 8 + 10 a13= 44 h.
- Tercera evaluación (8 semanas): unidades 14 a 16 = 32 h.

11. CONTENIDO MINIMO EXIGIBLE.-

BLOQUE I. La empresa y su entorno.
I. La empresa
1. Concepto de empresa desde el punto de vista económico y organizativo (incluye el concepto de la empresa como sistema).Objetivos de la empresa.
2. Clasificación de la empresa según criterios: tamaño, sector económico, forma jurídica, propiedad del capital, ámbito geográfico de su actividad y número de bienes que produce o servicios que presta.
3. Funciones de la empresa en la economía de mercado. El proceso de creación de valor
4. Concepto y características del empresario (especial referencia al"espíritu emprendedor"). Separación entre propiedad y control.
II. El entorno de la empresa y decisiones estratégicas
1. El Entorno de la empresa: general y específico.
1.1. Entorno general: concepto y factores.
1.2. Entorno específico: concepto y fuerzas relevantes.
2. El sector de actividad (cuota de mercado). La competitividad empresarial. Estrategias y ventajas competitivas de las empresas.
3. Ética y responsabilidad social de la empresa.
4. La localización de la empresa.
4.1. Factores condicionantes de la localización industrial, comercial y de servicios.
4.2. La Zona Especial Canaria.*
5. Dimensión y Crecimiento empresarial
5.1. Criterios para medir la dimensión de las empresas (especial referencia a las PYMES).
5.2. Estrategias de crecimiento: especialización y diversificación. Integración vertical. Internacionalización.
5.3. Vías de crecimiento: interno y externo (especial atención a la cooperación).
BLOQUE II. La Dirección de la empresa
1. La función directiva: funciones de planificación, organización, gestión y control.
2. Estructura organizativa de la empresa.
2.1. Organización formal e informal.
2.2. Diseño de la estructura organizativa.
2.2.1 Centralización y descentralización.
2.2.2 Departamentalización
2.3. Tipos de estructuras organizativas
2.3.1. Estructuras lineal y funcional
2.3.2. Estructuras divisional y matricial
2.4. El organigrama empresarial.
3. La gestión de recursos humanos: proceso de selección, la formación de personal (capacitación y desarrollo), evaluación y compensación.

BLOQUE III. La gestión de las áreas funcionales.
I. La función productiva
1. Los costes en la empresa: concepto, clasificación (costes fijos y variables; costes directos e indirectos) y cálculo.
2. Punto de Equilibrio o Umbral de Rentabilidad: concepto, análisis y cálculo.
3. Productividad de los factores y eficiencia. Cálculo y análisis de la productividad.
II. La función financiera
1. Las fuentes de financiación de la empresa: concepto y criterios de clasificación.
- Según la propiedad de los recursos.
- Según el tiempo que permanecen en la empresa.
- Según su procedencia u origen.
2. Equilibrio económico-financiero de la empresa y el fondo de maniobra o fondo de rotación.
3. El ciclo de explotación y su financiación. Periodo Medio de Maduración: económico y financiero.
4. La inversión en la empresa: concepto y clases de inversiones. Clasificación de las inversiones económicas (o productivas) según su temporalidad: inversiones de funcionamiento y permanentes.
5. Criterios de selección de proyectos de inversión: Valor Actual Neto (VAN) de una inversión.
III. La función comercial
1. Las decisiones comerciales. La segmentación de mercados
2. Marketing estratégico y el Marketing-mix (producto, precio, distribución y comunicación).
IV. Obligaciones de información de la empresa
1. Las cuentas anuales: Balance, Cuenta de Pérdidas y Ganancias y Memoria.
2. Concepto de Patrimonio y su composición: elementos y agrupación de elementos en masas patrimoniales.
3. Análisis económico y financiero de la información contable mediante ratios.

12. TRATAMIENTO A LA DIVERSIDAD Y CONTENIDOS TRANSVERSALES.-

A) MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

La misma definición del proyecto curricular y de sus concreciones constituye una medida de atención a la diversidad. Por otro lado, su desarrollo en las programaciones didácticas y en las unidades didácticas generará un conjunto de propuestas que favorezcan la adaptación a los intereses, capacidades y motivaciones de los alumnos respetando siempre un trabajo común de base e intención formativa global que permita la consecución de las competencias clave y de los objetivos de cada curso y de la etapa.

B) LOS CONTENIDOS COMUNES-TRANSVERSALES

El currículo oficial reconoce la importancia de promover el desarrollo de nuevas actitudes y valores. Debe ser lo suficientemente flexible para recoger las nuevas necesidades formativas características de una sociedad plural y en permanente cambio. Por ello, contiene un conjunto de enseñanzas que, integradas en el propio programa de las materias, lo recorren o lo impregnan. Reciben la denominación genérica de enseñanzas comunes o transversales. La LOE, en el artículo 35.2 establece que “en las distintas materias se desarrollarán actividades que estimulen el interés y el hábito de la lectura y la capacidad de expresarse correctamente en público. Las actividades educativas en el bachillerato

favorecerán la capacidad del alumno para aprender por sí mismo, para trabajar en equipo y para aplicar los métodos de investigación apropiados".

Así pues, comprobamos que respecto a las enseñanzas transversales que se referían a la educación en valores de carácter personal, interpersonal-social (moral y cívica, paz y la convivencia, ambiental, del consumidor, igualdad de oportunidades entre los sexos, sexual, educación salud y vial), se ha dado una ampliación relacionada con las necesidades que el contexto sociocultural y económico-laboral demanda. La ampliación se refleja en contenidos a los que hoy se concede un gran valor y tienen un carácter instrumental: la comprensión y expresión oral escrita y la adquisición de estrategias de aprendizaje y pensamiento, destacando la aplicación de la metodología de investigación.

El presente documento muestra la integración de las enseñanzas comunes-transversales en los objetivos, en las competencias, en los diferentes bloques de contenido y en los criterios de evaluación. Las orientaciones metodológicas para cada materia incluyen referencias específicas sobre su vinculación con los contenidos transversales.

Podemos mostrar la vinculación con la educación moral, cívica, para la paz y para el consumo por medio del fomento al desarrollo de actitudes como:

- Interés y curiosidad por conocer las características diferenciales de los distintos sistemas económicos reconociendo los valores que subyacen en los diferentes sistemas de los distintos países y áreas económicas.
- Valoración de la cooperación económica entre áreas de distinto desarrollo económico y de un crecimiento y reparto más equitativo de la riqueza económica, como instrumentos básicos para el fortalecimiento de la paz entre los pueblos y para un futuro mejor.
- Actitud abierta ante el desarrollo científico y tecnológico de la sociedad actual y valoración crítica de sus repercusiones sobre el medio ambiente, el empleo, el crecimiento, etc., haciendo una especial referencia al caso canario.
- Curiosidad por analizar los factores que explican el crecimiento económico y las causas que propician la desigual distribución de la riqueza, así como las soluciones y alternativas para una más adecuada a los valores de solidaridad e igualdad.
- Valoración crítica de los prejuicios sexistas existentes en el lenguaje publicitario.

13. BIBLIOGRAFIA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS.-

- "Economía de la Empresa" (bachillerato), de Andrés Cabrera. Editorial SM.
- "Economía y Organización de Empresas" (bachillerato), de Fernando Casani, Augusto Llorente y Eduardo Pérez. Editorial EDITEX.
- "Economía y Organización de Empresas" (bachillerato), de José L. Fanjul Suárez y Mª T. Tascón Fernández. Editorial EDITEX.
- "Economía y Organización de Empresas" (bachillerato), de Vicente del Valle y J. Luis Gómez de Agüero. Editorial McGRAW-HILL.
- "Economía y Organización de Empresas" (bachillerato), de Mercedes Lavara Garrigó. Editorial EDELVIVES.

- "Economía y Organización de Empresas" (bachillerato), de Antonio Aragón Sánchez y otros. Editorial BRUÑO.
- Artículos de prensa y/o revistas especializadas.
- Vídeo “Planeta Zara”.
- Estudio de casos, relacionando noticias de empresas concretas con contenidos de la materia.
- Apuntes de “Economía de Canarias”, de elaboración propia del profesor.
- Apuntes sobre “la Zona Especial Canaria (ZEC)”, de elaboración propia del profesor.