



Universidad de Jaén

Facultad de Ciencias Sociales
y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

PORTAFOLIO DE COMPETENCIAS

Alumno: Moya Leiva, Ana

Junio, 2020

ÍNDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	1
1. INTRODUCCIÓN	2
2. CUADRO RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS DEL GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD.....	4
2.1. Competencias genéricas	6
2.2. Competencias específicas.....	8
3. COMPETENCIAS DESARROLLADAS.....	12
3.1. Conocer y comprender la responsabilidad social derivada de las actuaciones empresariales (G20).....	13
3.2. Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial (E34)	17
3.3. Preparación para analizar y resolver de los distintos problemas que presenta la práctica tributaria (E59).....	21
4. COMPETENCIAS PARCIALMENTE DESARROLLADAS Y NO DESARROLLADAS.....	26
4.1. Ser capaz de redactar informes o documentos relativos al área de las Finanzas y la Contabilidad (G08).....	27
4.2. Ser capaz de aplicar métodos y técnicas para la valoración de las consecuencias de los fenómenos económicos-financieros por medio de modelos adecuados, proporcionando medidas que permitan la toma racional de decisiones (E23)	29
4.3. Conocer y evaluar el mercado y el entorno integrado dentro del sistema de información de marketing (E43)	32
5. CONCLUSIONES	36
6. BIBLIOGRAFÍA	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ventajas e inconvenientes al realizar un portafolios	3
Tabla 2: Asignaturas cursadas	5
Tabla 3: Cuadro resumen de las competencias genéricas del grado en FICO	6
Tabla 4: Cuadro resumen de las competencias específicas del grado en FICO ...	8

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Porcentajes competencias genéricas	8
Gráfico 2: Porcentajes competencias específicas	12

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Beneficios y perjuicios de empresas de RSC	15
Ilustración 2: Juego de mesa Go Goals.....	16
Ilustración 3: Portada del trabajo de Introducción a la Economía.....	18
Ilustración 4: Plan de empresa	19
Ilustración 5: Índice plan de empresa	20
Ilustración 6: Tabla resumen de los tributos.....	22
Ilustración 7: Esquema para el cálculo de Impuesto de Sociedades.....	23
Ilustración 8: Esquema para el cálculo de IRPF	23
Ilustración 9: Ejercicio resuelto de Impuesto de Sociedades.....	24
Ilustración 10: Ejercicio resuelto de IRPF	25
Ilustración 11: Práctica de Auditoria Externa UPO.....	28
Ilustración 12: Actividad UCA	30
Ilustración 13: Actividad UGR.....	31
Ilustración 14: Actividades Marketing UAL (I)	33
Ilustración 15: Actividades Marketing UAL (II).....	34
Ilustración 16: Actividades Marketing UAL (III)	35

RESUMEN

En el presente Trabajo Fin de Grado, se ha elaborado un portafolio de competencias mediante el cual se reúnen todas las competencias genéricas y específicas que aparecen en las guías docentes de las asignaturas cursadas durante los cuatro cursos del grado en Finanzas y Contabilidad en la Universidad de Jaén.

Bajo el punto de vista de la experiencia del alumno en la titulación se comenzará con la clasificación de las competencias según considere que se han desarrollado totalmente, parcialmente o que no se han llegado a desarrollar. Para ello, por un lado, se seleccionarán algunas de las competencias y se expondrán evidencias argumentadas sobre el desarrollo de las mismas, y, por otro lado, se realizarán propuestas de actividades para incluir en el aula, sobre las competencias que no han llegado a ser desarrolladas, procedentes de la investigación sobre cómo se logran en otras universidades de España.

ABSTRACT

In this Final Degree Project, a portfolio of competences has been made that gathers all the generic and specific competences in the teaching guides of the subjects taken during the four courses of the Finance and Accounting degree at the University of Jaén.

From the point of view of the student's experience in the degree, the competencies will be classified according to whether they are considered to have been fully, partially or not yet developed. This will be accomplished by, on the one hand, selecting some competences and exposing argued evidence on their development, and, in the other hand, making proposals for activities to include in the classroom about the competencies that have not been fully developed, coming from a research on how they are achieved in other universities of Spain.

1. INTRODUCCIÓN

El Trabajo Fin de Grado tiene como finalidad principal recopilar y poner en práctica los contenidos explicados y estudiados durante los cuatro cursos de la titulación universitaria, en este caso, en el grado en Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Jaén. A través del tema elegido analizaremos las competencias tanto de carácter genérico como específico que se encuentran fijadas en las guías docentes de las diferentes asignaturas, detallando y centrándonos en las evidencias que han hecho que se logren o en otras posibilidades de llevar a cabo los objetivos que encontramos.

Para poder realizar un portafolio lo primero será comprender qué significa este término:

- Una ficha metodológica coordinada por la Universidad Miguel Hernández. (2006) afirma que *“el portafolio constituye un método de enseñanza, y también de evaluación, el cual básicamente consiste en el aporte de producciones de diferente índole por parte de quien es docente o de quien es estudiante.”*
- Knapper (2002) lo define como *“el portafolio es una forma alternativa de evaluación que se propone describir el punto de desarrollo en que se encuentre un aprendiz, sus objetivos de aprendizaje, las estrategias para alcanzarlos y una reflexión sobre lo aprendido. Se utilizan como procedimiento de evaluación de los estudiantes y también como una potente herramienta de descripción de la trayectoria docente y del proceso de desarrollo profesional de los profesores.”*

Con relación a lo que exponen estas citas lo que se pretende plasmar en este proyecto de portafolio es demostrar la evolución y la evaluación del aprendizaje obtenido de las diferentes competencias trabajadas a lo largo del camino que han sido los cuatro años en la Universidad de Jaén, así como añadir ejemplos de oportunidades para aquellos aspectos que no hayan sido desarrollados.

En cuanto a lo que a estructura del trabajo se refiere, se comenzará con una tabla de todas las competencias genéricas y otra de todas las competencias específicas, que previamente habremos extraído de las guías docentes de las asignaturas pertenecientes a

la titulación. A continuación, aparecerán los apartados de las competencias desarrolladas elegidas con sus correspondientes evidencias y los de las competencias parcialmente desarrolladas y no desarrolladas con sus correspondientes propuestas de desarrollo. Se terminará con unas conclusiones que recogerán los resultados más relevantes llevados a cabo durante la elaboración de este portafolio.

González y Atienza (2010) afirman que evidencia o muestra, *“pueden considerarse muestras susceptibles de ser incorporadas a un portafolio los planes de clase preparados por el profesor, las actividades de enseñanza llevadas a cabo, las lecturas especializadas para ampliar información sobre aspectos concretos de su profesión, notas de seminarios o congresos, programaciones de cursos, actas de reuniones entre colegas o institucionales, resultados de aprendizaje de sus estudiantes, etc.”*

En consecuencia, a la hora de realizar un portafolios se encuentran ventajas e inconvenientes, en la siguiente tabla elaborada a partir del artículo escrito por las autoras antes mencionadas González y Atienza (2010) se exponen:

Tabla 1: Ventajas e inconvenientes al realizar un portafolios

VENTAJAS	INCONVENIENTES
Fomenta la reflexión de forma recurrente.	Representación errónea de lo que es un portafolios: que se convierta en una recopilación de apuntes.
El portafolios propicia la necesaria imbricación entre proceso y producto de aprendizaje: Los mejores portafolios son los que incluyen sólo la documentación de la enseñanza, sino también la documentación del aprendizaje.	Confusión entre reflexionar y fustigarse: los estudiantes se centran en sus aspectos negativos sin apenas percibir su evolución.
El portafolios institucionaliza las normas de colaboración, reflexión y análisis.	Dificultad para distinguir entre descripción, análisis y reflexión.
La elaboración de un portafolios requiere una actitud humilde: ser riguroso en la elaboración del portafolio y analizar la información recogida es un acto de valentía y humildad.	Incomodidad en el uso del portafolio por lo que tiene de exhibición: que se convierta en una mera exhibición.
	Resistencia a desarrollar un aprendizaje autónomo.

	Ambigüedad sobre la función del portafolios: considerarlo como herramienta para el desarrollo profesional o para la evaluación.
	Dedicación excesiva para poder armar un portafolios: requiere de mucha dedicación.

Fuente: Elaboración propia a partir del artículo de González y Atienza (2010)

“Conocer el lugar que ocupan los estudiantes según su nivel de capacidad no es lo mismo que conocer lo que realmente saben...La educación es algo más que el logro de un estándar prefijado, requiere una definición única y personal para cada alumno...La formación es un proceso personal y un logro único” (Klenowski, 2005).

2. CUADRO RESUMEN DE LAS COMPETENCIAS DEL GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD

En primer lugar, para comenzar este trabajo se investigó en cada una de las guías docentes utilizadas durante los cursos en el grado para extraer sus competencias. Cuando nos referimos a competencia, *“tomamos el concepto de competencia como un constructo molar que nos sirve para referirnos al conjunto de conocimientos y habilidades que los sujetos necesitamos para desarrollar algún tipo de actividad” (Zabalta, 2017).* Pero si trasladamos esta definición a un contexto de docencia universitaria podría definirse el término competencia como *“conjunto identificable y evaluable de conocimientos, actitudes, valores y habilidades relacionados entre sí que permiten desempeños satisfactorios en situaciones reales de trabajo, según estándares utilizados en el área ocupacional” (Marcelo, 2005).* De modo que, a través de las competencias observaremos las capacidades que el alumno adquiere durante su paso por las asignaturas del grado en Finanzas y Contabilidad.

Las asignaturas que he utilizado para analizar sus competencias son las pertenecientes al plan de estudios de 240 créditos creado por la Universidad de Jaén clasificadas según su tipo de materia en formación básica (FB), obligatorias (B), optativas (O) y trabajo fin de grado (TFG). En mi caso las asignaturas analizadas serán:

Tabla 2: Asignaturas cursadas

PRIMER CURSO (Curso académico 2016/2017)			
Introducción a la economía	FB	Introducción a las finanzas	FB
Historia económica	FB	Estadística I	FB
Matemáticas I	FB	Fundamentos del Marketing	FB
Introducción a la contabilidad	FB	Introducción al derecho	FB
Administración de empresas	FB	Microeconomía	FB
SEGUNDO CURSO (Curso académico 2017/2018)			
Contabilidad financiera I	B	Sistema financiero español	B
Gestión de recursos humanos	B	Estados financieros	B
Matemáticas II	B	Economía del sector público	B
Macroeconomía	B	Contabilidad de gestión I	B
Estadística II	B	Dirección de marketing	B
TERCER CURSO (Curso académico 2018/2019)			
Economía mundial y española	B	Auditoría de cuentas	B
Contabilidad financiera II	B	Contabilidad financiera III	B
Finanzas corporativas I	B	Gestión jurídico-laboral de la empresa	B
Régimen fiscal de la empresa	B	Finanzas corporativas II	B
Sistemas informáticos aplicados al análisis financiero	B	Análisis y valoración de operaciones bancarias	B
CUARTO CURSO (Curso académico 2019/2020)			
Finanzas de mercado	B	Trabajo fin de grado	TFG
Contabilidad de gestión II	B	Creación de empresas	B
Análisis y valoración de operaciones en los mercados financieros	B	Prácticas de empresa	O
Dirección de empresas familiares	O		
Tributación de las PYMES	O		

Fuente: Elaboración propia a partir de las asignaturas del grado en Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Jaén

En referencia a la tabla anterior, puntualizar que cada asignatura tiene un valor de 6 créditos a excepción de las prácticas en empresa que son 12 créditos. Las optativas que elegí son dirección de empresas familiares, tributación de las PYMES y las prácticas de empresa, completando los 30 créditos de asignaturas optativas con el reconocimiento de 6 créditos por actividades solidarias.

Una vez tengamos las competencias las separaremos entre competencias genéricas y competencias específicas, para así poder diferenciar por colores según si se han

desarrollado, si se han desarrollado parcialmente o si en cambio, no se han llegado a desarrollar durante el grado. Los colores elegidos son:

-  Verde: para las competencias desarrolladas.
-  Naranja: para las competencias parcialmente desarrolladas.
-  Rojo: para las competencias no desarrolladas.

2.1. Competencias genéricas

Se catalogan como competencias genéricas aquellas que se pueden considerar comunes para todas las titulaciones porque los objetivos que pretenden lograr son transferibles y transversales a todas las tareas y funciones a desempeñar, Corominas (2001) afirma que las competencias genéricas *“son atributos personales de carácter cognitivo, social, actitudinal o valorativo que enriquecen el comportamiento profesional. En sentido estricto, no son imprescindibles para el ejercicio profesional; pero, en la práctica, se convierten en elemento diferenciador al añadir valor cualitativo al candidato a un puesto de trabajo o en la conservación y promoción en una ocupación”*.

A continuación, se muestra la tabla número 3 donde se recopilan todas las competencias genéricas de Finanzas y Contabilidad con su código correspondiente:

Tabla 3: Cuadro resumen de las competencias genéricas del grado en FICO

CÓDIGO	DENOMINACIÓN DE LA COMPETENCIA
G01	Poseer y comprender conocimientos del área de las Finanzas y Contabilidad que se reflejan en libros de texto avanzados.
G02	Tener capacidad de análisis y síntesis.
G03	Tener capacidad de organizar y planificar.
G04	Ser capaz de utilizar el tiempo de forma efectiva.
G05	Ser capaz de reunir e interpretar datos e información relevantes en el área de las Finanzas y Contabilidad para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
G06	Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a las diferentes materias propias de las Finanzas y la Contabilidad.
G07	Usar la tecnología de la información y las comunicaciones en todo el desempeño de un profesional de las Finanzas y la Contabilidad.
G08	Ser capaz de redactar informes o documentos relativos al área de las Finanzas y la Contabilidad.
G09	Ser capaz de tomar decisiones.
G10	Ser capaz de trabajar en equipo.

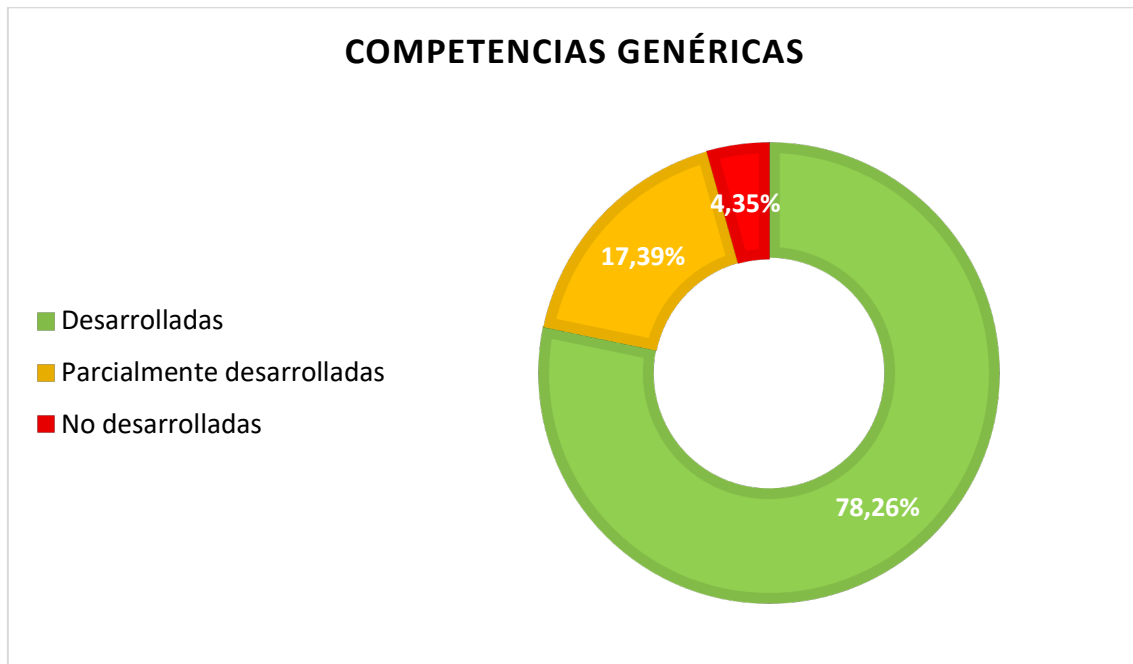
G11	Ser capaz de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado en el área de las Finanzas y Contabilidad como no especializado.
G12	Tener compromiso ético en el trabajo.
G13	Fomentar, garantizar, conocer y comprender la importancia del respeto a los Derechos Fundamentales, a la igualdad de oportunidades entre Hombres y Mujeres, a la Accesibilidad Universal para las personas con Discapacidad y al respeto a los Valores Propios de una Cultura de Paz y Valores Democráticos.
G14	Aplicar conocimientos básicos generales y propios de los profesionales del área de las Finanzas y la Contabilidad a la práctica.
G15	Poseer competencias propias de los gestores de empresas y que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas.
G16	Ser capaz de trabajar de forma autónoma.
G17	Ser capaz de adquirir conocimientos y habilidades que les permitan emprender estudios posteriores de las Finanzas y la Contabilidad con cierta autonomía y rapidez.
G18	Capacidad de resolución de problemas en su aplicación profesional.
G19	Habilidades en las relaciones interpersonales.
G20	Conocer y comprender la responsabilidad social derivada de las actuaciones empresariales.
G21	Iniciativa y espíritu emprendedor.
G22	Aprendizaje autónomo.
G23	Adaptación a nuevas situaciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de las Guías Docentes de las distintas asignaturas del Grado en Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Jaén

Para que resulte más fácil observar las proporciones de las competencias en relación con su nivel de desarrollo se ha elaborado un gráfico donde comprobamos que de veintitrés competencias genéricas, la mayoría un 78,26% se han desarrollado correctamente durante la titulación, un 17,39% se han desarrollado parcialmente y la mínima parte, un 4,35% no se han conseguido desarrollar.

- Competencias genéricas desarrolladas: 18
- Competencias genéricas parcialmente desarrolladas: 4
- Competencias genéricas no desarrolladas: 1

Gráfico 1: Porcentajes competencias genéricas



Fuente: Elaboración propia

2.2. Competencias específicas

Estaremos hablando de competencias específicas cuando nos refiramos a competencias que tengan relación directa con la titulación correspondiente, en este caso en el ambiente de las finanzas y la contabilidad, *“las competencias específicas, técnicas o especializadas se relacionan con aspectos técnicos directamente vinculados con la ocupación y las competencias específicas de una determinada área de estudio, que no son tan fácilmente transferibles a otros contextos laborales o académicos”* (García-San Pedro, 2009).

Seguidamente se adjunta el cuadro resumen (ver tabla 4) de las competencias específicas del grado repitiendo con los colores antes indicados para indicar si se han desarrollado totalmente, parcialmente o si por el contrario no se han llegado a desarrollar.

Tabla 4: Cuadro resumen de las competencias específicas del grado en FICO

CÓDIGO	DENOMINACIÓN DE LA COMPETENCIA
E01	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Historia Económica.
E02	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Derecho.
E03	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Dirección de Empresas.
E04	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Matemáticas.

E05	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Estadística.
E06	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Economía.
E07	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Microeconomía.
E08	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Contabilidad.
E09	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Finanzas.
E10	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Marketing.
E11	Conocer y aplicar los conceptos básicos de Macroeconomía.
E12	Conocer y aplicar los conceptos básicos de la Inferencia Estadística.
E13	Ser capaz de medir, valorar y registrar los hechos económico-financieros derivados de la actividad de las unidades económicas.
E14	Conocer y ser capaz de aplicar la normativa contable vigente en nuestro país.
E15	Ser capaz de elaborar los estados financieros de las unidades económicas.
E16	Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la ejecución del ciclo contable.
E17	Ser capaz de elaborar e interpretar la información contable, tanto la financiera, destinada a los usuarios externos, como la interna, destinada al control de gestión y la toma de decisiones.
E18	Ser capaz de enjuiciar razonadamente las posibilidades y limitaciones informativas de los principales sistemas de costes.
E19	Ser capaz de utilizar los informes de la Contabilidad de Gestión para analizar la eficiencia empresarial y apoyar las decisiones gerenciales.
E20	Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la elaboración y análisis de los informes sobre costes y resultados.
E21	Ser capaz de identificar las fuentes de información económico-financiera disponibles y conocer las técnicas y herramientas aplicables.
E22	Conocer y ser capaz de comprender los parámetros que determinan y condicionan la situación económico financiera de la empresa, de modo que pueda emitirse un juicio razonado a partir de la aplicación de las técnicas de análisis.
E23	Ser capaz de aplicar métodos y técnicas para la valoración de las consecuencias de los fenómenos económicos-financieros por medio de modelos adecuados, proporcionando medidas que permitan la toma racional de decisiones.
E24	Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para el análisis contable.
E25	Ser capaz de comprender los distintos tipos de operaciones financieras, tanto en ambiente de certeza como de riesgo e incertidumbre.
E26	Ser capaz de interpretar correctamente los conceptos, los métodos y las técnicas concretas que se emplean en el análisis y valoración de los distintos tipos de operaciones financieras.
E27	Ser capaz de aplicar dichos conceptos, métodos y técnicas para la valoración de los distintos tipos de operaciones financieras por medio de modelos adecuados.
E28	Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de modelos.
E29	Ser capaz de comprender los distintos fenómenos que inciden en las finanzas de las organizaciones, tanto en ambiente de certeza como de riesgo o incertidumbre.

E30	Ser capaz de interpretar y aplicar correctamente los conceptos y métodos que se emplean para la toma de decisiones en la dirección financiera para el logro de los objetivos de la organización.
E31	Ser capaz de comprender la naturaleza y las características de los distintos instrumentos y mercados financieros.
E32	Ser capaz de interpretar y aplicar correctamente los conceptos, principios, métodos y técnicas empleadas en el análisis y gestión de los distintos instrumentos financieros.
E33	Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la resolución de dichos modelos.
E34	Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial.
E35	Realizar actividades dirigidas a la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de este perfil de estudios.
E36	Presentación y defensa de un proyecto de fin de grado.
E37	Ser capaz de modelizar situaciones empresariales.
E38	Contextualizar problemas actuales desde el punto de vista del análisis económico.
E39	Ser capaz de resolver problemas de índole económico.
E40	Conocer e interpretar el impacto en las empresas de las relaciones productivas, comerciales y financieras que se dan en el contexto nacional e internacional.
E41	Conocer y aplicar la normativa jurídica reguladora de las sociedades cooperativas andaluzas.
E42	Ser capaz de utilizar conocimientos, estados y datos contables en diferentes tareas directivas: toma de decisiones, rendición de cuentas, elección de políticas.
E43	Conocer y evaluar el mercado y el entorno integrado dentro del sistema de información de marketing.
E44	Ser capaz de diseñar e implantar las estrategias de marketing.
E45	Conocer conceptos básicos de informática y su aplicación en herramientas informáticas de análisis y cálculo financiero.
E46	Conocer e interpretar el contexto económico nacional e internacional que rodea a la empresa, así como interpretar su impacto en la misma, desde la perspectiva de las decisiones del sector público.
E47	Conocer los modelos econométricos y ser capaz de aplicar las herramientas cuantitativas adecuadas para el análisis y evolución de las principales variables del sistema económico financiero.
E48	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.
E49	Conocimiento de las funciones y actividades desempeñadas por los departamentos de Recursos Humanos.
E50	Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa.
E51	Desarrollar la capacidad para el manejo de las fuentes jurídicas y para entender o interpretar los textos jurídicos.

E52	Aplicar las técnicas informáticas en la obtención del conocimiento (bases de legislación, jurisprudencia, bibliografía, internet) y la comunicación de datos jurídico-financieros.
E53	Adquirir las destrezas básicas necesarias para desarrollar los procesos de cálculo de costes y resultados, así como preparar, presentar en un formato apropiado e interpretar los informes sobre dichos procesos.
E54	Identificar, conocer y en su caso poder utilizar o gestionar las instituciones jurídicas que regulan el mercado de trabajo, los supuestos que deben de formalizarse como contratos de trabajo, vicisitudes y las posibles causas de su extinción y los sujetos colectivos de ámbito laboral y sus instituciones básicas. Asimismo, conocer los poderes y deberes del empresario en la relación de trabajo.
E55	Capacidad de organizar, planificar y comprender los procesos específicos afrontados por las empresas familiares.
E56	Ser capaz de diseñar y estructurar, desde una perspectiva jurídica, organizativa, operacional y financiera un plan de negocio empresarial.
E57	Resolver problemas de valoración financiera, tanto de decisiones de financiación como de inversión empresarial
E58	Conocer las particularidades del marketing financiero.
E59	Preparación para analizar y resolver de los distintos problemas que presenta la práctica tributaria.
E60	Sensibilización hacia temas medioambientales y sociales.

Fuente: Elaboración propia a partir de las Guías Docentes de las distintas asignaturas del grado en Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Jaén

Al igual que con las competencias genéricas, se presenta un gráfico donde se exponen las proporciones de las competencias específicas en relación con el nivel de desarrollo que se ha conseguido. De sesenta competencias específicas la mayor parte siguen siendo competencias desarrolladas en su totalidad con un 68,33%, las competencias parcialmente desarrolladas esta vez guardan el menor porcentaje con un 13,33%, quedando un 18,33% de competencias específicas no desarrolladas.

- Competencias específicas desarrolladas: 41
- Competencias específicas parcialmente desarrolladas: 8
- Competencias específicas no desarrolladas: 11

Gráfico 2: Porcentajes competencias específicas



Fuente: Elaboración propia

3. COMPETENCIAS DESARROLLADAS

En este primer apartado, se exponen a través de evidencias, tres de las competencias que según mi criterio se han conseguido desarrollar durante los cuatro años de estudio en el grado de Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Jaén. Entre ellas he escogido una competencia genérica, conocer y comprender la responsabilidad social derivada de las actuaciones empresariales (G20), ya que considero interesante la importancia que cobró a lo largo de una asignatura en concreto, y dos específicas, comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial (E34) y preparación para analizar y resolver de los distintos problemas que presenta la práctica tributaria (E59). La primera de ellas la he escogido por su constante aprendizaje en cada año de la titulación, y la segunda la he querido añadir para recalcar bajo mi punto de vista conceptos fundamentales y significativos que deben aparecer en un grado como este.

Acerca de las competencias que guardan más relación con el área de las Finanzas y de la Contabilidad, personalmente considero que se han desarrollado la mayoría en su totalidad con gran variedad de supuestos, casos, trabajos, métodos y programas

informáticos, prácticas y teoría, de modo que he preferido seleccionar otras competencias más inusuales para este Trabajo de Fin de Grado.

“Es difícil determinar si se ha logrado o no una competencia: el desarrollo de la competencia lleva su tiempo, algunas competencias solo se pueden aplicar después de haber conseguido una graduación, lo que dificulta su evaluación durante el programa de formación” (Mulder, Weigel, y Collings, 2008).

3.1. Conocer y comprender la responsabilidad social derivada de las actuaciones empresariales (G20)

A lo largo de los cuatro años estudiando el grado en Finanzas y Contabilidad, he comprobado que se le atribuye gran importancia tanto a la parte teórica y normativa de la gestión y administración de empresas como al ámbito personal de las sociedades, ya que la finalidad de estas no debería de ser solo económica, de ahí parte la responsabilidad social.

“La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), además de cumplir con la legislación actual y las normas internacionales, tiene carácter global y compromisos éticos que se ponen de manifiesto en las consecuencias que tiene la actividad empresarial en la sociedad, el medio ambiente y en la economía, y se dirige a satisfacer las necesidades de información de los grupos de interés. La responsabilidad social corporativa es una mezcla de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y aunque exista cierta normativa para regular el tema, no es una decisión impuesta, sino voluntaria” (García del Junco, Palacios, y Espasandín, 2014).

A partir de esta definición presento las evidencias claras que demuestran el desarrollo de esta competencia genérica. Durante el primer cuatrimestre del cuarto curso, la profesora Ana Licerán Gutiérrez a la vez que impartía sus clases de Contabilidad de Gestión II, dedicó una parte de su docencia a adentrarnos en un estudio y programa de aprendizaje activo de la Responsabilidad Social Corporativa. De esta forma, a través de varias prácticas realizadas individualmente o en grupos, posteriores debates en clase y con la finalización del proyecto mediante un juego de mesa considero desarrollada completamente esta competencia.

Primeramente, en clase la profesora pasó un cuestionario sobre el tema para tener una base de los conocimientos que teníamos respecto a la Responsabilidad Social, seguidamente, nos hizo una presentación relacionada con los tipos de empresas que se consideraban así y el porqué de su repercusión. Tras esto, la primera práctica realizada y entregada fue también de introducción, así las preguntas a completar con la ayuda de una publicación del blog Capitalismo Consciente: 6 ejemplos de Responsabilidad Social Corporativa en España (<https://capitalismoconsciente.es/blog/6-ejemplos-de-responsabilidad-social-corporativa-en-espana/>), fueron:

1. ¿Qué es una empresa responsable?
2. ¿Qué comparten todos los ejemplos del texto?, ¿consideran que el objetivo de las empresas es el beneficio económico o la creación de riqueza?
3. ¿Cuáles podrían ser los principales bloques de actuación para una empresa responsable? Económico, social y ambiental.

En el siguiente caso titulado beneficios y costes derivados de la responsabilidad social diferenciamos varias empresas que dentro de sus valores incluyen los de una RSC o que por el contrario plantean un “green-washing”, analizando lo que significa este término y concluyendo con una tabla de beneficios y perjuicios sobre el hecho de ser socialmente responsable, como muestra en la ilustración 1 extraída de la práctica realizada.

Ilustración 1: Beneficios y perjuicios de empresas de RSC

APRENDIZAJE ACTIVO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Caso 2: Beneficios y costes derivados de la responsabilidad social

4. Realice una comparativa de los perjuicios frente a los beneficios que se plantea para la empresa el hecho de ser socialmente responsable o irresponsable.

BENEFICIOS	PERJUICIOS
Mejora la reputación	Tensiones en las relaciones con proveedores
Reduce los riesgos	Modificaciones regulatorias con efectos negativos en el negocio de la empresa.
Retención de talento	Falta de motivación de los trabajadores
Mejora la productividad	Deterioro de activos con las consiguientes pérdidas patrimoniales y disminución en la capacidad de generar ingresos.
Fomenta la innovación	Deterioro del valor reputacional, con el consiguiente efecto en un empeoramiento de la posición competitiva de la empresa que genera pérdidas de ventas e ingresos.
Eficiencia energética	Baja eficiencia en el uso de energía eléctrica en los procesos productivos
Facilita la financiación	Pago de impuestos no acorde con los beneficios reales obtenidos
Fideliza clientes	Participación en actividades de corrupción
Distintivos y premios	Multas y sanciones.
Contratos públicos y subvenciones	Falta de diversidad en los consejos de administración. Políticas deficientes de remuneración a la alta dirección

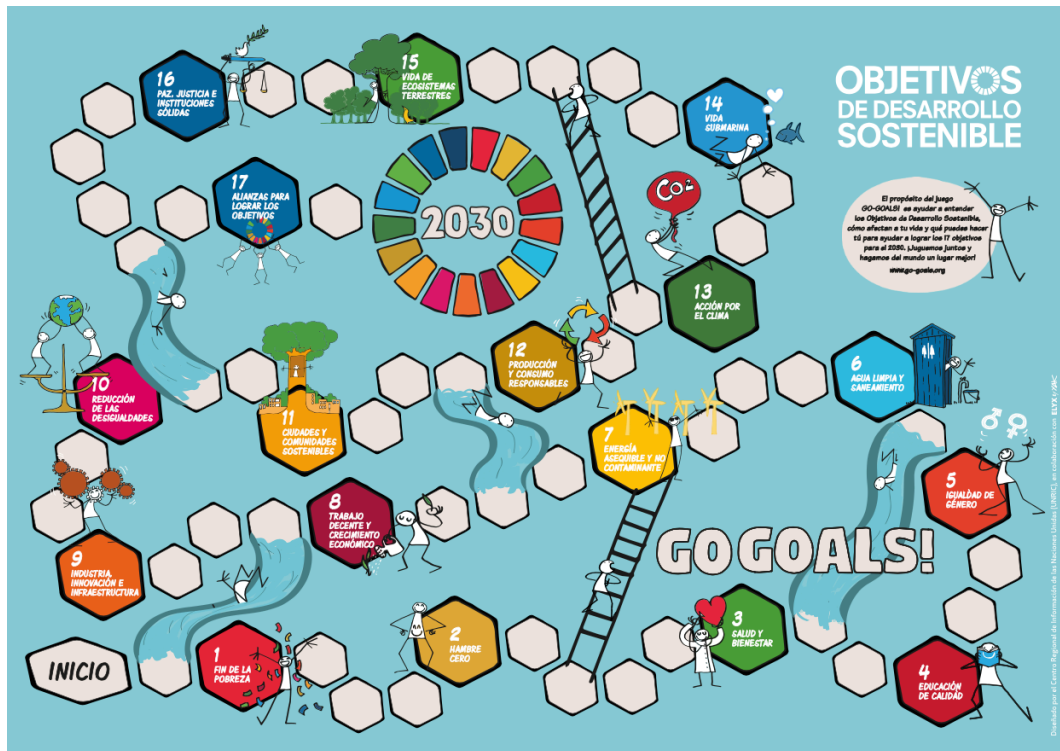
Fuente: Elaboración propia

La última práctica relacionada con este tema consistió en la elaboración de una memoria donde se detallan las acciones de RSC, para ello debíamos de: buscar en cualquier empresa cotizada de bolsa su memoria e informe de gestión y comentar brevemente cuáles son las medidas de RSC que la empresa ha adoptado y comunica en esa memoria e informe de gestión, indicando, tal como habíamos aprendido, a qué ámbito de RSC pertenece, a quién beneficiaría... En mi caso escogí la cadena de hoteles NH (NH Hotel Group, S.A.) ya que me pareció interesante investigar cómo una empresa del sector de la hostelería ponía en curso estos valores.

Para poner el broche final al aprendizaje elaborado durante el cuatrimestre la última clase presencial la dedicamos a un juego de mesa (ver ilustración 2) creado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), Go Goals. A pesar de ser un juego destinado a niños entre 8 y 10 años contenía preguntas muy interesantes con las que pudimos debatir a la vez que aprender. *“Go Goals es un juego de mesa que tiene como objetivo ayudar a enseñar a los niños y las niñas de todo el mundo sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible de una manera sencilla y amigable. Desde la ONU trabajan*

continuamente para ayudar a la gente a entender su papel en el futuro del planeta como ciudadanos responsables del cambio” (Fundación Salud Infantil, 2019).

Ilustración 2: Juego de mesa Go Goals



Fuente: <https://go-goals.org/es/>

A medida que avanzábamos por el tablero aparecían preguntas correspondientes a “los objetivos de desarrollo sostenible, son 17 metas globales diseñadas para acabar con la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos” (Go Goals, 2019). Asimismo, otra competencia que desarrollaríamos a la vez que esta genérica sería la específica: sensibilización hacia temas medioambientales y sociales (E60).

En definitiva, al comienzo de la asignatura la idea que tenía sobre lo que significaba y conllevaba la responsabilidad social derivada de las actuaciones de las empresas era nula en comparación al terminar el cuatrimestre, ya que gracias a las actividades detalladas anteriormente, y a los debates generados por la profesora Ana Licerán sobre el tema consiguieron establecer una base de conocimientos sobre la responsabilidad social, y con ello, desarrollar la competencia genérica por completo.

3.2. Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial (E34)

Carlos, Contreras, Silva y Liquidano (2015) en su artículo afirman que *“el espíritu emprendedor se entiende como las características de la personalidad que se manifiestan en la forma de pensar y actuar relacionada con la búsqueda y el aprovechamiento de las oportunidades”*.

He escogido esta competencia porque considero que, desde el primer cuatrimestre del primer curso a través de Introducción a la Economía, hasta el último cuatrimestre del grado gracias a la asignatura Creación de Empresas este concepto ha estado muy presente en el aprendizaje.

Como introducción a la idea de emprender y relacionado con la competencia iniciativa y espíritu emprendedor (G21), el profesor Enrique Bernal Jurado de la asignatura antes nombrada, Introducción a la Economía, organizó una conferencia impartida por Fulgencio Meseguer, el cual nos contó su experiencia como fundador de la empresa Software DELSOL. A partir de esta charla, como enseñanza se realizó un trabajo (ver ilustración 3) sobre las diez principales ideas extraídas de la ponencia.

Entre esas ideas, relacionadas con la competencia desarrollada que estamos explicando, se encontraban su experiencia y todo proceso que el creador de la empresa tuvo que trascurrir desde que le surgió el pensamiento de su negocio, una empresa innovadora y hasta que se desarrolló tal y como está hoy en día. Fulgencio acabó su intervención citando *“cuanto más se trabaja, más suerte se tiene”*.

Ilustración 3: Portada del trabajo de Introducción a la Economía

ANA MOYA LEIVA - FICO

"LA AVENTURA DE EMPRENDER: EL CASO DE SOFTWARE DELSOL" POR FULGENCIO MESEGUER SU DIRECTOR EJECUTIVO.



Fuente: Elaboración propia

Además, el desarrollo de esta competencia crece en la asignatura de Creación de Empresas cursada en el último año y último cuatrimestre de la titulación, puesto que el docente Domingo Fernández Uclés centra todo su contenido en la elaboración de un plan de empresa (ver ilustración 4) donde emprender es la clave del proyecto, siendo el alumno el promotor y poniendo en práctica todas las nociones y pensamientos vistos a lo largo del grado en Finanzas y Contabilidad. También, al terminar el plan de empresa se nos ofrece la oportunidad de presentarlo ante un tribunal para la obtención de unos premios. Este concurso entra dentro del Proyecto de Fomento de la Cultura Emprendedora de la Universidad de Jaén titulado *"Internet como herramienta para el emprendimiento"*.

De igual forma, la Universidad de Jaén por medio de su web <https://empleo.uja.es/emprender> ofrece otros múltiples cursos formativos, concursos y becas para planes de empresa similares al expuesto a continuación, para fomentar el espíritu emprendedor de los alumnos, pudiendo llevar estos trabajos a un siguiente nivel y concediéndoles facilidades a los ganadores de llevar a cabo su idea de negocio. De esta forma, se promueve el espíritu emprendedor y la ética empresarial del alumno y queda desarrollada la competencia que estamos analizando.

Ilustración 4: Plan de empresa



Fuente: Elaboración propia

Para tener una base sobre lo que supone crear una empresa se nos facilitó la Guía para crear tu Empresa en la UJA, donde se afirman “*las fases más importantes del proceso son:*

1. *Interés por emprender.*
2. *Desarrollo de la idea de negocio.*
3. *Elaboración y maduración del proyecto empresarial.*
4. *Puesta en marcha.*
5. *Seguimiento y continuidad.”* (Hernández, Cañas, Márquez y García, 2017)

El fruto y evidencia de esta competencia se tradujo en el diseño de un plan de empresa innovador y adaptándonos a la situación vivida, con lo que se desenvuelve a su vez la competencia genérica: adaptación a nuevas situaciones (G23), ya que el planteamiento de la empresa no tenía nada que ver al principio comparado con lo que

resultó ser finalmente, incorporando la forma telemática de elaborarlo, presentarlo a través de videoconferencias y el montaje de un video explicativo de la idea.

Ilustración 5: Índice plan de empresa

ÍNDICE	
RESUMEN EJECUTIVO	1
1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1 GENERACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	3
1.2 IDEA DE NEGOCIO	3
1.3 PROMOTORAS	3
2. PLAN ESTRATÉGICO.....	5
2.1 ANÁLISIS INTERNO.....	5
2.2 ANÁLISIS EXTERNO. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL.....	6
2.3 ANÁLISIS EXTERNO. ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO	8
2.4 SÍNTESIS DE LOS ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO	10
3. PLAN DE MARKETING.....	11
3.1 MARKETING ESTRATÉGICO	11
3.2 MARKETING OPERATIVO.....	13
4. PLAN DE OPERACIONES	20
4.1 LOCALIZACIÓN E INSTALACIONES.....	20
4.2 ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO	21
4.3 CALIDAD	22
5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	23
5.1 ORGANIGRAMA	23
5.2 ANÁLISIS PUESTOS DE TRABAJO	24
5.3 RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE EMPLEADOS	26
5.4 PLAN DE CONTRATACIÓN	27
5.5 POLÍTICAS DE LA EMPRESA REFERENTE A LOS RECURSOS HUMANOS.....	28
6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	29
6.1 INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN.....	29
6.2 ESTADOS FINANCIEROS	29
6.3 INDICADORES DE RENTABILIDAD (RATIOS ECONÓMICO-FINANCIEROS).....	31
7. ESTRUCTURA LEGAL Y TRÁMITES ADMINISTRATIVOS	35
7.1 JUSTIFICACIÓN FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA	35
7.2 TRÁMITES ADMINISTRATIVOS PARA CREACIÓN NUEVA EMPRESA	36
7.3 TRÁMITES ADMINISTRATIVOS PARA LA PUESTA EN MARCHA	37
7.4 CUANTIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES Y DE LOS GASTOS CORRIENTES A REALIZAR EN EL ÁREA.	38
8. CONCLUSIONES	39
ANEXOS	40
ANEXO 1: PREGUNTAS Y RESPUESTAS DE LA ENCUESTA REALIZADA.....	40
ANEXO 2: TABLA SALARIAL CONVENIO COLECTIVO.....	43
ANEXO 3: TIPOS DE EMPRESA	44
ANEXO 4: TRÁMITES CREACIÓN COOPERATIVA.....	46
BIBLIOGRAFÍA.....	47

Fuente: Elaboración propia

En la ilustración 5 se muestra el índice del plan de empresa (Tu Ayuda App) por el cual quisimos demostrar el proceso que se debe de realizar a la hora de emprender en un nuevo negocio y los datos y análisis necesarios para ello, como pueden ser la matriz DAFO, el estudio de las fuerzas de Porter, análisis PESTEL, así como el estudio de mercado al igual que todo lo relacionado con los planes de marketing, de operaciones, de recursos humanos, datos económicos financieros y la forma jurídica elegida para la sociedad.

A lo largo del proyecto mostrado se explica todo el proceso de emprender en una empresa desde el momento cero, desde la aparición de la idea que teníamos en mente, su transformación para intentar ser lo más innovadora posible hasta el desarrollo de la misma en todos sus ámbitos, por ello, bajo mi punto de vista, la competencia específica que se está detallando está desarrollada completamente.

Para concluir este apartado destacar que el camino para emprender no es sencillo y que se requiere tiempo y motivación además de unas grandes ideas para crear un negocio desde cero y prosperar en el tiempo. Según Andrés (2015) en su libro *Microemprendedores* explica lo que considera: “*Los seis mandamientos de los nuevos emprendedores*”:

- *Primer mandamiento: probar, probar, probar la idea.*
- *Segundo mandamiento: una vez que hayas elegido la idea ganadora, riégala para que crezca poco a poco basándote en las métricas.*
- *Tercer mandamiento: no atarse a ningún lugar físico y evitar las estructuras pesadas.*
- *Cuarto mandamiento: olvidarse de las fronteras: el mundo es el mercado.*
- *Quinto mandamiento: diseñar no sólo tu negocio, sino también tu estilo de vida*
- *Sexto mandamiento: estar dispuestos a aprender todo el tiempo cosas nuevas”.*

3.3. Preparación para analizar y resolver de los distintos problemas que presenta la práctica tributaria (E59)

Una de las competencias específicas que considero más relevantes y a destacar en un graduado en Finanzas y Contabilidad es la de saber afrontar y solucionar todos los casos relacionados con la legislación tributaria, a parte de conocer todas las cuestiones que recoge el ser capaz de ponerlos en práctica.

“La Agencia Estatal de Administración Tributaria tiene entre sus principales objetivos el de minimizar los costes de cumplimiento que deben soportar los ciudadanos en sus relaciones con Hacienda Pública” (Departamento de Gestión Tributaria, 2018),

así a través de la asignatura de tercero Régimen Fiscal de la Empresa impartida por Jose Enrique Fernández de Moya, adquirimos la base necesaria de derecho tributario para una persona tanto física como jurídica. En la siguiente imagen se muestra una tabla (ver ilustración 6) de elaboración propia a partir de las explicaciones hechas en clase sobre los principales tributos, donde se recogen los hechos imponible, los principios que cumplen y ejemplos de los mismos.

Ilustración 6: Tabla resumen de los tributos

	IMPUESTO	EXACCIÓN PARAFISCAL	TASA	CONTRIBUCIÓN ESPECIAL	PRECIO PÚBLICO
HECHO IMPONIBLE	Exigidos sin contraprestación. Negocios, actos o hechos que gravan la capacidad económica del contribuyente.	Carácter extrapresupuestario respecto al Presupuesto del Estado.	Utilización privativa o aprovechamiento especial del dominio público Cuando: - Los servicios no sean de solicitud o recepción voluntaria. - No se presten o realicen por el sector privado.	Obtención de un beneficio o de un aumento de valor de sus bienes, como consecuencia de la realización de obras públicas o del establecimiento o ampliación de servicios públicos.	Contraprestaciones pecuniarias que se satisfagan por la prestación de servicios o la realización de actividades efectuadas en régimen de Derecho público cuando, prestándose también tales servicios o actividades por el sector privado, sean de solicitud voluntaria por parte de los administrados.
	- Principio de reserva normativa. - Aplicación de justicia material..	Clase de impuesto.	El pago cubre el coste real del servicio: - Cuantía fija - Cuantía variable - Mixta	Como máximo cubre el 90% de la infraestructura/servicio.	Cubre como mínimo, los costes económicos originados por la realización de las actividades o la prestación de los servicios.
	Clases: - Real / Personal - Subjetivos / Objetivos - Directos / Indirectos - Instantáneos / Periódicos - Finalidad económico-social (extrafiscal) / recaudatoria	- Participan de la naturaleza de los tributos rigiéndose por esta Ley en defecto de normativa específica. - Gestión extraña a los órganos propios de la Administración financiera. - No ingreso en el Tesoro. - Afectación del producto a la financiación de finalidades concretas, en ruptura con el principio de unidad de caja.		Principio de afectación	
EJEMPLO	IVTM, Impuesto sobre Vehículos de Tracción Mecánica	Arancel a notario	DNI	Caminos Rurales / Incendios / Carreteras	Piscina municipal

Fuente: Elaboración propia a partir de los apuntes del profesor

Apoyándonos en esos conocimientos la materia que corresponde a las asignaturas estudiadas en segundo y cuarto curso, Economía del Sector Público y Tributación de las PYMES respectivamente, establecen todo su temario en la teoría y práctica de los dos impuestos más importantes y complejos de tributación española, el Impuesto de Sociedades y el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (ilustraciones 7 y 8).

Ilustración 7: Esquema para el cálculo de Impuesto de Sociedades

Beneficio antes de impuesto.

+/- Ajustes.

- = Base imponible previa.
- Reducciones < reserva de capital.
reserva de nivelación.

= Base imponible posterior

- compensación → Base imponible negativa.

= Base imponible.

x Tipo gravamen (25%).

- = Cuota íntegra.
- Bonificaciones < Ceuta y Melilla.
Prestación de servicios.
- Deducciones doble imposición < jurídicas
económicas.

= Cuota Íntegra ajustada positiva.

- Deducciones por inversiones y para incentivar determinadas actividades } $\begin{matrix} I+D \\ IT \\ \text{Creac. emp} \end{matrix}$

= Cuota Líquida.

- Retenciones e ingresos/pagos a cuenta.
- Pagos fraccionados.

= CUOTA DIFERENCIAL < $\begin{matrix} + \rightarrow \text{A PAGAR.} \\ - \rightarrow \text{A COBRAR.} \end{matrix}$

Fuente: Elaboración propia a partir de los apuntes del profesor

Ilustración 8: Esquema para el cálculo de IRPF

CUOTAS:		GENERAL		AHORRO	
+ Rendimientos neto de trabajo	GENERAL				
+ Ganancias / pérdidas patrimoniales premios	GENERAL	C1 - C3		C2 - C4	
+ Rendimiento neto de capital inmobiliario	GENERAL	= CUOTA ÍNTEGRA ESTATAL		+ = CUOTA ÍNTEGRA AUTONÓMICA	
+ Imputación de rentas inmobiliarias	GENERAL				
+ Rendimiento neto de actividades económicas	GENERAL	= CUOTA ÍNTEGRA GENERAL			
+ Rendimiento neto de capital mobiliario	AHORRO				
+ Ganancias / pérdidas transmisiones patrimoniales	AHORRO				
= BASE IMPONIBLE					
- Reducciones					
• Tributación conjunta					
• Aportaciones a planes de pensiones	GENERAL				
• Por aplicaciones de renta					
= BASE LIQUIDABLE					
• General					
• Especial - AHORRO					
x Escalas de gravamen especial					
	AHORRO	C5	= ESTATAL		
	AHORRO	C6	= AUTONÓMICA		
x Escalas de gravamen GENERAL					
= CUOTA ÍNTEGRA GENERAL					
	GENERAL	C1	= ESTATAL		
	GENERAL	C2	= AUTONÓMICA		

MÍNIMO PERSONAL Y FAMILIAR		GENERAL		AHORRO	
Mínimo por contribuyente					
Mínimo por descendiente					
Mínimo por ascendiente					
Mínimo por discapacidad					
= TOTAL MÍNIMO PERSONAL Y FAMILIAR					
x Escalas de gravamen					
	C3	= ESTATAL			
	C4	= AUTONÓMICA			

Fuente: Elaboración propia a partir de los apuntes de la profesora

Por una parte, Gregorio Gallego Álvarez en Economía del Sector Público nos introdujo mediante sus apuntes una visión global del Sistema Tributario Español definiéndolo como “*el conjunto de tributos, racionalmente ordenados, exigidos por los distintos niveles de las Haciendas Públicas de un Estado para la obtención de ingresos coactivos con los que financiar la realización de los gastos públicos*”, centrándose así en los principales impuestos mencionados anteriormente que estudiamos en profundidad y resolvimos multitud de ejercicios prácticos para poner a prueba todos los casos posibles. Sobre esta evidencia me ha costado elegir una prueba gráfica (ver ilustración 9) porque existen cantidad de actividades que podría adjuntar como prueba gráfica, así en la imagen se muestra un ejercicio completo sobre el Impuesto de Sociedades.

Ilustración 9: Ejercicio resuelto de Impuesto de Sociedades

Bº Antes Imp = 150.000		
Ajustes:	+ 1400	— Maquinaria
	+ 5000	— Mobiliario
	- 5000	— Leasing
	+ 20.000	— Det. cred com.
	+ 7500	— Atención cliente
	+ 10.000	— Multas
	+ 750	— Fondo comercio
	- 70.000	— Dividendos
	+ 9000	— Redención
BASE IMPONIBLE PREVA.	124.650	
- Red. capital	- 12.465	
- B.I.N	- 95.000	
BASE IMP. POST.	17.185	
BASE IMP.	17.185	
x T. Grav.	x 25%	
Cuota Int.	4.296'25	
- Ded. doble imposición	- 2.500	— jurídica
	0	— económica
C.I.A.P.	17.96'25	
(Deduc. D.I.D.A. IT)	- 7.200	
- Límites:	8.98'125	10% C.I.A.P. > IT. límite 50% C.I.A.P.
Cuota líquida	8.98'125	
- Pagos frac.	- 8.540	
	- 5641'88	→ A COBRAR

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, y aunque en la asignatura antes comentada también se desarrollase, fue en Tributación de las PYMES con Rosa María Cárdenas Ortiz donde analizamos el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas con todos sus modelos correspondientes y además incorporando otros impuestos como el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) o el Impuesto sobre el incremento del valor de los terrenos de naturaleza urbana (Impuesto de Plusvalía). Centrándonos en el IRPF, al ser un impuesto tan amplio para el estudio y resolución de sus ejercicios siempre nos hemos apoyado del manual práctico del IRPF elaborado por la Agencia Tributaria. Al igual que con el Impuesto de Sociedades, con el IRPF se han completado infinidad de casos prácticos y se presenta una evidencia gráfica de un ejemplo (ver ilustración 10).

Ilustración 10: Ejercicio resuelto de IRPF

BASE LIQUIDABLE GENERAL Y DEL AHORRO		ANTONIO	MARÍA
Rendimientos actividades económicas		48.251,67 €	30.684 €
Rendimiento neto de capital inmobiliario			3334,17 €
Imputación rentas inmobiliarias			45,83 €
- Reducción por pensiones compensatorias		-2500,00 €	
- Reducción aportación plan de pensiones			-2200,00 €
= BASE LIQUIDABLE GENERAL		45.751,67 €	31.864,00 €
Cuota íntegra	Estatal (C1) = 4.362,75 + (45.751,67 - 35.200) x 18,5%	6314,81 €	
	Autonómica (C2) = 4.523 + (45.751,67 - 35.200) x 19%	6527,82 €	
Mínimo personal y familiar	Estatal (C3) = 6750 x 9,50%	641,25 €	
	Autonómica (C4) = 6750 x 10%	675,00 €	
Cuota íntegra	Estatal = C1 - C3 = - 3.913,10€	5673,56 €	
	Autonómica = C2 - C4 = - 4.057€	5852,82 €	
BASE IMPONIBLE DEL AHORRO		ANTONIO	MARÍA
	Intereses cuenta corriente	1200,00 €	1200,00 €
	Venta casa = ((126.155,6 - 111.149,4) - 7.000 - 1.400 - 870) / 2	2868,10 €	2868,10 €
	Venta participaciones = ((12.000 - 30) - 30.000) / 2	-9015,00 €	-9015,00 €
= BASE LIQUIDABLE DEL AHORRO		-4946,90 €	-4946,90 €
No puede ser negativo: -9.015 + 2.868,1 = -6.146,9 → compensar 4 años siguientes 1.200 * 25% = 300 1.200 - 300 = 900		900,00 €	900,00 €
Cuota íntegra	Estatal (C5) = 900€ x 9,5%	85,50 €	
	Autonómica (C6) = 900€ x 9,5%	85,50 €	

C1	C1 - C3 = Cíntegra Estatal	- Deducciones	= CLíquida Estatal	5673,56 €
C2	C2 - C4 = Cíntegra Autonómica		= CLíquida Autonómica	5852,82 €
C3			CLE + CLA = CLíquida General	11526,38 €
C4			CLE + CLA = CL Ahorro	171,00 €
C5			- Pagos fraccionados (modelo 130/131)	9650,33 €
C6			= Cuota diferencial	21347,71 €

Como conclusión, considero que esta competencia debería ser genérica para todos los grados de la universidad ya que, aunque no es necesario que se entre a fondo son conceptos importantes a tener en cuenta en todo futuro laboral, el presentar una declaración de la renta o hacer frente a los diferentes tributos está en el día a día de todas las personas. Asimismo, gracias al desarrollo de esta competencia en las diferentes asignaturas del grado he podido conocer, saber qué significan y saber resolver con agilidad cada práctica tributaria.

4. COMPETENCIAS PARCIALMENTE DESARROLLADAS Y NO DESARROLLADAS

“Los métodos empleados para la autoevaluación de las competencias docentes son la: autoobservación, la narrativa, el grupo de discusión —con el apoyo de registros minuciosos de audio, video, videoconferencia y fotografía— el discurso, las interacciones y la globalidad de lo realizado” (Medina, Domínguez y Medina, 2010). Así en este apartado se evaluarán tres de las competencias que a mi juicio, han sido parcialmente desarrolladas o no han sido desarrolladas, detallando al igual que en la sección anterior una competencia genérica, ser capaz de redactar informes o documentos relativos al área de las Finanzas y la Contabilidad (G08) y dos competencias específicas, ser capaz de aplicar métodos y técnicas para la valoración de las consecuencias de los fenómenos económicos-financieros por medio de modelos adecuados, proporcionando medidas que permitan la toma racional de decisiones (E23) y conocer y evaluar el mercado y el entorno integrado dentro del sistema de información de marketing (E43).

“La evaluación es un juicio de valor acerca del proceso formativo con la finalidad de conocerlo, comprenderlo y mejorarlo. En tanto la autoevaluación es una modalidad que sitúa al sujeto evaluador como el principal agente y enjuiciador de la acción que valora —en este caso, la estimación del dominio alcanzado en la práctica docente— examinando la secuencia de las competencias consideradas y profundizando en la pertinencia y el rigor conseguido con éstas” (Medina, et al., 2010).

4.1. Ser capaz de redactar informes o documentos relativos al área de las Finanzas y la Contabilidad (G08)

Las Finanzas y la Contabilidad componen un área muy extensa donde se encuentran recogidos conceptos amplios de ambas ramas, de ahí que bajo mi punto de vista esta competencia se encuentre parcialmente desarrollada, puesto que en lo que se refiere a elaborar a partir de cálculos las cuentas anuales (balance, cuenta de pérdidas y ganancias, estado de flujos de efectivo, etc.) de una empresa en cuestión, a veces sí se ha llegado a desarrollar en determinadas asignaturas, como por ejemplo las cursadas el tercer año llamadas Finanzas Corporativas I y Finanzas Corporativas II a través de los profesores Purificación Parrado Martínez y Alberto Calahorra López respectivamente .

No obstante, dentro del ámbito de la contabilidad se encuentra la Auditoría y es aquí donde considero que ha faltado poner en práctica la teoría de redactar sus informes, *“el informe de auditoría es un informe realizado por un auditor externo donde expresa una opinión no vinculante sobre las cuentas anuales o estados financieros que presenta una empresa”* (Sánchez, 2019)

El Boletín Oficial del Estado establece en la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas que *“el informe de auditoría de las cuentas anuales es un documento mercantil que deberá incluir, como mínimo, el siguiente contenido.*

- a) Identificación de la entidad auditada.*
- b) Una descripción general del alcance de la auditoría realizada.*
- c) Explicación de que la auditoría se ha planificado y ejecutado.*
- d) Declaración de que no se han prestado servicios distintos a los de la auditoría de las cuentas anuales.*
- e) Una opinión técnica: la opinión podrá revestir cuatro modalidades: favorable, con salvedades, desfavorable o denegada.*
- f) Cuando no existan salvedades la opinión será favorable.*
- g) En el caso de que existan tales salvedades, deberán reflejarse todas ellas en el informe y la opinión técnica será con salvedades, desfavorable o denegada.*
- h) Una opinión sobre la concordancia o no del informe de gestión con las cuentas correspondientes al mismo ejercicio.*
- i) Fecha y firma de quien o quienes lo hubieran realizado.”*

Conviene subrayar que dentro del temario de la asignatura Auditoría de Cuentas del tercer curso existe un tema dedicado a ello, pero del cual no se realizó ninguna ejercicio práctico ni escrito ni oral por parte de los alumnos, simplemente se explicaron las partes que debía contener tal documento. En consecuencia, para subsanar esta carencia y poder evaluar esta competencia como desarrollada he encontrado esta práctica (ver ilustración 11) perteneciente a la Universidad Pablo de Olavide (Sevilla) del cuarto año de la asignatura de Auditoría Externa, donde se elaboran más casos similares al siguiente por parte de los alumnos.

Ilustración 11: Práctica de Auditoría Externa UPO



EPD 1 Informes. Sociedad ESTADO:

ENUNCIADO

Como consecuencia del trabajo del auditor se han detectado los siguientes asuntos:

- A. No se nos ha facilitado evidencia suficiente y adecuada del valor neto contable de la inversión en el capital de la sociedad participada AUTONOMÍA, S.L.U. al 31 de diciembre de 20X1 por importe de 10 millones de euros ni de la provisión por importe de 2 millones de euros correspondiente al importe del patrimonio neto negativo a dicha fecha de ésta sociedad. En las notas 8 y 11 de las notas explicativas hay suficiente información de éste hecho.
- B. La Sociedad ha contabilizado a largo plazo varios préstamos recibidos cuyo vencimiento es a corto plazo por un importe de 6 millones de euros.
- C. Como consecuencia de las pérdidas acumuladas el patrimonio neto a 31 de diciembre de 20X1 es negativo por un importe de 252 miles de euros, por lo que, de acuerdo con el artículo 363 de la Ley de Sociedades de Capital, la Sociedad se encuentra en causa de disolución al haber quedado reducido el patrimonio neto a una cantidad inferior a la mitad del capital social, a no ser que éste se aumente o se reduzca en la medida suficiente. En la nota explicativa 2 está correctamente descrito éste hecho.

Se pide:

- 1. Identificar cada asunto (limitaciones, incorrecciones materiales, párrafo de énfasis o párrafo de otras cuestiones)
- 2. Redactar cada párrafo
- 3. Indicar en qué lugar del informe debe ir cada uno de los párrafos
- 4. Redactar opinión

Fuente: Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Pablo de Olavide

Al enunciado se añade como ayuda para la resolución, un informe de auditoría independiente de cuentas anuales a los accionistas de la empresa y en primer lugar se les pide a los alumnos analizar e identificar todos los apartados que debe tener el informe de

auditoría, para posteriormente redactarlos, además de situarlos en orden e incluir su opinión.

Para finalizar esta competencia, a mi parecer durante los cursos de la titulación se le da mayor peso a la parte de conocer e identificar los diferentes informes y documentos relacionados con el área que a aprender a confeccionarlos por parte del alumnado.

4.2. Ser capaz de aplicar métodos y técnicas para la valoración de las consecuencias de los fenómenos económicos-financieros por medio de modelos adecuados, proporcionando medidas que permitan la toma racional de decisiones (E23)

Fincowsky y Benjamín (2011) afirman que *“un proceso de toma de decisiones consistente está formado por un conjunto de fases que las empresas deben seguir para incrementar la probabilidad de que sus elecciones sean lógicas y óptimas. Este proceso puede tomar más de una vertiente, pero usualmente se realiza en siete pasos:*

- a) Diagnosticar y definir el problema*
- b) Establecer metas*
- c) Buscar soluciones alternativas*
- d) Comparar y evaluar las soluciones alternativas*
- e) Elegir entre soluciones alternativas*
- f) Implementar la solución seleccionada*
- g) Dar seguimiento y controlar los resultados”.*

Globalmente, los métodos, cálculos y valoraciones de situaciones económico-financieras realizadas durante el grado tienen como fin la toma de decisiones del proyecto, pero normalmente al resolver las actividades no se terminan enlazando con y teniendo en cuenta la parte de razonamiento y toma de decisión necesario. Las propuestas de mejora para esta competencia no desarrollada podrían ser múltiples, y ser desarrollada en varias asignaturas, en concreto, he encontrado dos ejercicios distintos de dos universidades españolas diferentes.

En primer lugar, dentro del mismo grado que estamos analizando, Finanzas y Contabilidad, de la Universidad de Cádiz en su asignatura Introducción a la Economía de la Empresa plantea una actividad (ver ilustración 12) donde el objetivo es utilizar las

herramientas de cálculo necesarias para la toma de decisiones empresariales justificadas. Proporcionando la información del estado actual de una empresa en cuestión, el alumno debe resolver el supuesto utilizando el método de toma de decisiones mediante árboles de decisión para así obtener los resultados netos esperados y averiguar a través de qué opción la empresa conseguiría mayores beneficios y alcanzar la decisión más óptima para el negocio.

Ilustración 12: Actividad UCA



INTRODUCCIÓN ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Curso 2011-2012

1º GRADO

Actividad Individual - 1

OBJETIVO

El objetivo de la presente actividad es el de conseguir que el alumno/a de primer curso de grado utilice de forma correcta herramientas de cálculo cuantitativo para la toma de decisiones empresariales.

INSTRUCCIONES

- El ejercicio se realizará de forma individual.
- El alumno/a entregará el ejercicio resuelto indicando la decisión tomada y explicando, de forma razonada, los fundamentos de la misma.

ACTIVIDAD 1: TOMA DE DECISIONES A TRAVÉS DE ÁRBOLES DE DECISIÓN

"La empresa Fabrilumi, S.L., dedicada a la fabricación de ventanas y perfiles de aluminio, ha contratado a una empresa consultora para que le asesore sobre cómo puede conseguir una mayor cuota de clientes. La empresa consultora le ha planteado en primer lugar que decida sobre si quiere utilizar los fondos del plazo fijo que tiene por valor de 5 millones de €, ya que vencen el mes próximo, aunque existe la posibilidad de renovar dicho plazo fijo y seguir obteniendo un rendimiento neto anual que asciende a 1.350.000 euros.

Sin embargo, en el caso de que decida no renovar los fondos del plazo fijo y utilizarlos, la empresa consultora le aconseja que elija entre dos alternativas.

La primera opción sería la de mecanizar el proceso de fabricación de los productos. Esto le supondría una inversión inicial de adaptación de la nave de 2 millones de €. Además, dentro de esta opción, debe elegir si mecanizar el proceso de fabricación de manera total, es decir, mediante un proceso automático, lo que le supondrá un coste adicional de 3 millones de euros; o de manera parcial, a través de la implantación de un proceso semiautomático, siendo en este caso su coste de 1.500.000 euros. En ambos casos se sabe que tendrá un efecto sobre la demanda del producto, cuyas probabilidades de ocurrencia, así como los ingresos esperados en cada caso, aparecen en la tabla siguiente:

DEMANDA	PROBABILIDADES ASOCIADAS	PROCESO AUTOMÁTICO	PROCESO SEMIAUTOMÁTICO
		INGRESOS ESPERADOS	INGRESOS ESPERADOS
ALTA	0.5	7.000.000 €	5.000.000 €
MEDIA	0.3	4.000.000 €	2.000.000 €
BAJA	0.2	6.000.000 €	4.000.000 €

La segunda alternativa que la empresa consultora propone es optar por una campaña de publicidad agresiva, cuyos gastos de campaña ascenderían a 500.000 euros. Si se decidiera por realizar esta campaña de publicidad agresiva, obviamente también tendrá su repercusión en la demanda del producto, de manera que en caso de que ésta fuera alta, lo cual sucederá con un 60% de probabilidad, los resultados brutos esperados ascenderían a 4 millones de euros. Si la demanda resultara baja, lo cual sucedería en el 10% de los casos, los ingresos brutos esperados serían de 1 millón de euros, siendo de 2.500.00 € en caso de que la demanda se situara en unos niveles medios.

Se desea conocer la secuencia que lleve a la empresa a alcanzar la decisión óptima.
De una explicación razonada a dicha decisión.

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cádiz

En segundo lugar, en la asignatura de Análisis Contable II perteneciente al cuarto año del grado en Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Granada se proponen casos prácticos para estudiar en profundidad la situación económico-financiera de empresas. En la Universidad de Jaén también existe una asignatura relacionada con esto, específicamente, Estados Financieros cursada el segundo año del grado en Finanzas y Contabilidad y en el de Administración y Dirección de Empresas, sin embargo, el desarrollo de esta asignatura está planteado con la realización y presentación de un único trabajo donde cada alumno sólo pone en práctica y entra en detalles de una parte del estudio de la situación de una empresa que elija. Así, en propuestas como la de la ilustración 13 el estudiante debe solucionar el ejercicio con el análisis de la estructura empresarial, desde la composición de la estructura económica, evolución de la estructura económica, indicadores financieros, correlación entre estructura económica y financiera, hasta el cálculo del fondo de maniobra. Incluyendo el análisis de las actividades de explotación, análisis de tesorería, y análisis de rentabilidad, todo ello argumentado para toma de decisiones posteriores referentes a esa información.

Ilustración 13: Actividad UGR



CASO 3. CHOCOLATES VALOR

OBJETIVO:

Emitir un diagnóstico sobre la situación económica y financiera y recomendaciones para el futuro de la empresa CHOCOLATES VALOR, S.A. en base a la información contable y a los indicadores que se suministran.

Información disponible:

- Balance y Cuenta de Pérdidas y Ganancias del Registro Mercantil y Funcionales.
- Estado de Flujos de Efectivo.
- Tabla resumen de indicadores.

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada

“Tanto los individuos como las organizaciones prosperan o fracasan como resultado de las decisiones que toman. Algunas veces, la toma de decisiones es un proceso de prueba y error. Otras, las decisiones son certeras y sus resultados favorables con un margen de error mínimo, generalmente porque media la experiencia y el dominio de un campo específico o la energía positiva de quien las toma. En realidad, todas las decisiones entrañan un aprendizaje. Lo importante radica en la intención, la actitud y los valores que se manejan en el proceso” (Fincowsky y Benjamín, 2011).

4.3. Conocer y evaluar el mercado y el entorno integrado dentro del sistema de información de marketing (E43)

Kotler y Armstrong (2008) declaran que *“el entorno de marketing de una empresa está constituido por fuerzas y actores externos al marketing que afectan la capacidad de la dirección de marketing para crear y mantener relaciones provechosas con sus clientes meta.”*

El entorno de marketing comprende un microentorno y un macroentorno. El microentorno consiste en fuerzas cercanas a la empresa —compañía, proveedores, intermediarios de marketing, mercados de clientes, competidores y públicos— que inciden en su capacidad de servir al cliente. El macroentorno lo constituyen grandes fuerzas de la sociedad demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales— que afectan al microentorno.”

A pesar de incluir en el plan de estudios analizado materias como Fundamentos del Marketing y Dirección de Marketing, en el primer y segundo curso respectivamente, quedan pendientes de desarrollar las competencias que afectan a la rama del marketing, debido a la abundante teoría expuesta durante los cuatrimestres, pero que realmente no se llevaba a la práctica en su totalidad. Tras investigar en diferentes universidades para comprobar cómo trasladaban a sus alumnos las nociones de marketing a casos reales he encontrado diferentes propuestas de prácticas que además de ser interesantes sirven para desarrollar esta competencia.

En particular, la Universidad de Almería en la asignatura de primer año común para los grados pertenecientes a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales que son Finanzas y Contabilidad, Administración y Dirección de Empresas, Economía y Marketing ofrece multitud de actividades distintas, como por ejemplo las descritas a continuación.

En primer lugar, en la ilustración 14 encontramos la actividad 6.1 que utiliza el video “Por qué compramos o consumo el imperio de los sentidos” para extraer los aspectos clave del mercado y del entorno del consumidor. El enlace para visualizar el documental de Televisión Española es:

<http://www.rtve.es/television/20131003/documentos-tv-consumo-imperio-sentidos/755040.shtml>

Ilustración 14: Actividades Marketing UAL (I)

Grado en ADE/Economía/Marketing/Finanzas Bloque III – Tema 6- Comportamiento de compra de consumidores y de CI

ACTIVIDADES a desarrollar

Actividad 6.1:
Video: «POR QUÉ COMPRAMOS o CONSUMO EL IMPERIO DE LOS SENTIDOS»
<http://www.rtve.es/television/20131003/documentos-tv-consumo-imperio-sentidos/755040.shtml>

Tras ver el documental: anote los **aspectos clave** del mismo y/o los que le han llamado más la atención y dé **su opinión** sobre sus contenidos



<https://www.youtube.com/watch?v=n8Z2lJTtU8o>

Área de Comercialización e Investigación de Mercados M.L. Giménez Torres

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Almería

El trasladar los conceptos teóricos del marketing a la vida real, es uno de los aspectos que se necesitan en las asignaturas de marketing de la Universidad de Jaén, ya que no se llegan a realizar actividades con datos realistas que de cara a un futuro puedan ponerse en valor. El documental indicado anteriormente, podría ser adecuado como un complemento a las clases prácticas y así desarrollar la competencia de conocer y evaluar poco a poco el entorno dentro del sistema de información del marketing.

En segundo lugar, en la ilustración 15 se presenta la actividad 6.2 y 6.3 que consisten en repasar los conceptos básicos referentes a la decisión de compra a través de un video: <https://www.youtube.com/watch?v=aAdnha0Ek6g> y estudiar el consumo mediante una lectura y su posterior comentario, en concreto sobre el consumo femenino del mercado.

Ilustración 15: Actividades Marketing UAL (II)

Grado en ADE/Economía/Marketing/Finanzas Bloque III – Tema 6- Comportamiento de compra de consumidores y de CI

Actividad 6.2 (individual): repaso de conceptos relacionados con la decisión de compra

<https://www.youtube.com/watch?v=aAdnha0Ek6g>



Actividad 6.3 (individual): LECTURA 1. "EL CRECIENTE PODER DEL CONSUMO FEMENINO"

Responder a la siguiente pregunta:
En base a los argumentos que expone texto, ¿qué características específicas tienen las mujeres en cuanto a su comportamiento de consumo?. Razonar la respuesta

Área de Comercialización e Investigación de Mercados M.L. Giménez Torres

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Almería

Y en tercer y último lugar, como muestra la ilustración 16 se examina el posicionamiento, segmentación y diferenciación por medio de un video y tres diferentes lecturas con sus respectivas preguntas.

- Lectura 1: Posicionamiento, la estrategia de ser diferente.
- Lectura 2: Tendencia en los nombres de marcas.
- Lectura 3: La diferenciación como estrategia.

Como resultado de los videos y lecturas, con sus correspondientes ejercicios prácticos propuestos, tendríamos el desarrollo de la competencia, puesto que con otras actividades planteadas en el grado de Finanzas y Contabilidad de nuestra universidad, no se profundizaba en temas tales como el posicionamiento, la segmentación o la diferenciación del mercado o de las estrategias de marketing más relevantes en el momento de elaborar un plan de marketing completo.

Ilustración 16: Actividades Marketing UAL (III)

Grado en ADE/Economía/Marketing/Finanzas Bloque III – Tema 7- Segmentación, targeting y posicionamiento

ACTIVIDADES

Actividad 7.1 (individual): REPASO DE CONCEPTOS:
Posicionamiento, Segmentación y Diferenciación
<http://www.youtube.com/watch?v=8yjZx6BsDao>

Actividad 7.2 (individual): L1: «Posicionamiento, la estrategia de ser Diferente»
Tras la lectura del texto, **anote los aspectos clave** del mismo y/o los que le han llamado más la atención y **dé su opinión** sobre sus contenidos

Actividad 7.3 (individual): L2: «Tendencia en los nombres de marcas»
¿En qué consiste la “estrategia 360°”? Razone la respuesta

Actividad 7.4 (individual): L3: «La diferenciación como estrategia»
Encuentra un **producto** concreto que te haya resultado **DIFERENTE** en algún aspecto (precio, producto, promoción o distribución). **Justifica** tu respuesta, ¿por qué te ha resultado diferente?

Área de Comercialización e Investigación de Mercados M.L. Giménez Torres

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Almería

En resumen, el adquirir competencias relacionadas con el marketing son un recurso necesario e imprescindible, ya que todo plan de empresa debe contener su plan de marketing donde analice el mercado, las oportunidades y comportamientos que puede captar de sus clientes, asimismo incluir la parte de publicidad que corresponde tanto a la marca como al producto que estudiemos para se lo más eficiente posible.

“Competir en la economía actual significa encontrar formas de salir de la zona de commodity para satisfacer mejor las necesidades de los clientes que las empresas competidoras. Todas las organizaciones, con y sin fines de lucro, requieren una planeación efectiva y una estrategia de marketing profunda para operar en forma eficaz. Sin estos esfuerzos, las organizaciones no tendrían la capacidad para satisfacer a los clientes o las necesidades de otros grupos de interés” (Ferrell y Hartline, 2012).

5. CONCLUSIONES

En el momento de escoger el tema del proyecto de Fin de Grado sobre el que elaborar un estudio amplio y finalizar la etapa universitaria, no conocía realmente en lo que se basaba un portafolio, sin embargo, una vez concluido el trabajo he de reconocer lo importante y útil que me ha sido para recordar y evaluar todo lo aprendido a lo largo de estos años. En mi opinión, este análisis es una herramienta que debería de establecerse como obligatoria para los alumnos de todos los niveles educativos al final de cada uno de su trayecto, en particular, al final de cada grado universitario, ya que se produce una evaluación de las habilidades y capacidades adquiridas por parte del estudiante, y una evaluación a los docentes que han ayudado en mayor o menor medida al desarrollo de las mismas.

En cuanto a los objetivos fijados para el portafolios se han logrado, realizando una clasificación de las competencias genéricas y específicas dependiendo su nivel de desarrollo durante el grado. Asimismo, se han señalado varias competencias desarrolladas aportando evidencias que demuestran gracias a prácticas, ejercicios o trabajos que esas competencias han sido adquiridas por parte del alumno. Personalmente durante la elaboración de este punto al recopilar la información que necesitaba, me ha hecho recordar la cantidad de casos prácticos, conferencias, investigaciones y estudios que he llevado a cabo. Igualmente, a lo que se refiere a competencias parcialmente desarrolladas o no desarrolladas también se ha hecho análisis y comparación profunda con las actividades que se ponen en funcionamiento en el resto de universidades que imparten el grado en Finanzas y Contabilidad, dando como resultado unas propuestas de cuestiones prácticas que se puedan añadir al temario de la asignatura correspondiente.

A través del portafolios se descubren competencias que a simple vista se desconocen y se piensa que no han tenido presencia en las asignaturas cursadas, pero a medida que se investiga entre todos los apuntes del grado van apareciendo evidencias que hacen que te des cuenta de la repercusión que ha tenido esa competencia en los estudios sin saberlo, comprendiendo su utilidad y su valor en trabajos futuros.

Uno de los mayores obstáculos encontrados ha sido a la hora de la búsqueda de material para formular sugerencias en las competencias no desarrolladas, puesto que los estudiantes cuando realizan trabajos o ejercicios de forma individual no se hacen de forma

pública, sino que se entregan a través de plataformas donde solo los alumnos y los profesores pueden acceder. No obstante, y tras mucho indagar se ha conseguido recabar la información necesaria de distintas universidades.

Conviene aclarar que la realización del trabajo está realizada desde un punto de vista subjetivo, ya que está basado en los conocimientos y experiencias que un alumno ha adquirido y pueden ser diferentes al resto de estudiantes a pesar de pertenecer a la misma titulación.

Para concluir, destacar la labor de cada docente que ha pasado por las aulas del grado en Finanzas y Contabilidad durante los cuatro últimos años y que han aportado todo lo que han podido y todos sus conocimientos, para así contribuir al desarrollo de las competencias marcadas en las guías docentes y de este modo tener a día de hoy toda la educación referente al área de las Finanzas y de la Contabilidad que tengo.

“El resultado por tanto es el logro conseguido mas no el portafolios en sí”

(Klenowski, 2005).

6. BIBLIOGRAFÍA

- Andrés, A. (2015), *Microemprendedores: Una guía paso a paso para construir tu propio negocio*, Pirámide.
- Boletín Oficial del Estado (2015), “Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas”. Disponible on line:
<https://www.iberley.es/legislacion/ley-22-2015-20-jul-auditoria-cuentas-22347231>
- Carlos, C. E., Contreras, L. E., Silva, M. Á., y Liquidano, M. C. (2015), “El Espíritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano”, *Conciencia Tecnológica*, (49), 46-51. Disponible en on line:
<https://www.redalyc.org/pdf/944/94438997006.pdf>
- Corominas, E. (2001), “Competencias genéricas en la formación universitaria”, *Revista de Educación*, 325, 301 Disponible on line:
https://books.google.es/books?id=Pu0wBwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Departamento de Gestión Tributaria (2018), Manual práctico renta 2017, Ministerio de Hacienda y Fundación Pública.
- Ferrell O. C. y Hartline, M. (2012), *Estrategia de Marketing*, México, Cengage Learning Editores.
- Fincowsky, F. y Benjamín E. (2011), Toma de decisiones empresariales. Reseña de "Comportamiento organizacional, enfoque para América Latina", *Contabilidad y Negocios*, 6 (11), 113-120. Disponible on line:
<https://www.redalyc.org/pdf/2816/281622820010.pdf>
- Fundación Salud Infantil (21 de Junio de 2019), Disponible on line:
<https://www.fundacionsaludinfantil.org/juego-educativo-go-goals/>
- Gallego, G. (2018), Visión Global del Sistema Tributario Español. Apuntes de la asignatura de Sector Público del Grado en Finanzas y Contabilidad. Universidad de Jaén.
- García del Junco, J. Palacios, B. y Espasandín F. (2014), *Manual práctico de responsabilidad social corporativa. Gestión diagnóstico e impacto en la empresa*. Pirámide.

- García-San Pedro, M. J. (2009), *El concepto de competencias y su adopción en el contexto universitario*. Universidad de Alicante. Departamento de Trabajo Social y Servicios Sociales.
- Go Goals! (2019), Disponible on line: <https://go-goals.org/es/>
- González M. V. y Atienza E. (2010), “El docente reflexivo: ventajas e inconvenientes del portafolios docente”, *Lenguaje* 38 (1), 35-64. Disponible on line: <http://revistalenguaje.univalle.edu.co/index.php/lenguaje/article/view/4908/7046>
- Hernández, M.J., Cañas, L., Márquez, A. M., y García, J. (2017), *Guía para crear tu Empresa en la UJA*, Universidad de Jaén.
- Klenowski, V. (2005), *Desarrollo de portafolios: Para el aprendizaje y la evaluación* Narcea. Disponible on line: https://books.google.es/books?id=7PekDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0 - v=onepage&q&f=false
- Knapper, C. (2002), “El portafolios docente”, *Tercer seminario de formación de la RED-U*. Disponible on line: <https://revistas.um.es/redu/article/download/19831/19191?inline=1>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008), *Fundamentos del Marketing*, Pearson Educación
- Marcelo, C. (2005), *Definición de competencias genéricas y específicas de las titulaciones*. Disponible on line: <http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/44/44715/defcompetegenerespeci.pdf>
- Medina, A., Domínguez, M. C. y Medina, M. (2010), “Evaluación de las competencias docentes”, *Innovación Educativa*, 10(53), 19-41 Disponible on line: <https://www.redalyc.org/pdf/1794/179420770002.pdf>
- Mulder, M., Weigel, T. y Collings, K. (2008). “El concepto de competencia en el desarrollo de la educación y formación profesional en algunos Estados miembros de la UE: un análisis crítico”, *Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 12(3), 1-25. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56712875007>
- Sánchez, A. D. (2019). *Informe de auditoría*. Disponible on line: <https://economipedia.com/definiciones/informe-de-auditoria.html>
- Universidad de Almería (2020) *Grado en Finanzas y Contabilidad*, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Disponible on line: <https://cms.ual.es/UAL/estudios/grados/GRADO6010>

- Universidad de Cádiz (2020) *Grado en Finanzas y Contabilidad*, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Disponible on line:
<https://economicas.uca.es/gfyco/>
- Universidad de Granada (2020) *Grado en Finanzas y Contabilidad*, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Disponible on line:
<http://grados.ugr.es/finanzas/pages/infoacademica/estudios>
- Universidad de Jaén (2020) *Guías docentes*. Disponible on line:
<https://uvirtual.ujaen.es/pub/es/informacionacademica/catalogoguiasdocentes>
- Universidad de Jaén (2020) *Grado en Finanzas y Contabilidad*, Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Disponible on line:
<https://facsoc.ujaen.es/docencia/titulaciones-de-grado/grado-en-finanzas-y-contabilidad>
- Universidad Miguel Hernández (2006), “Ficha metodológica, Versión 1”, *El portafolio del estudiante*, España. Disponible on line:
<http://ardilladigital.com/DOCUMENTOS/EDUCACION%20ESPECIAL/COMPETENCIAS/El%20Portafolio%20del%20estudiante%20-%20Generalitat%20Valenciana%20-%20articulo.pdf>
- Universidad Pablo de Olavide (2020) *Grado en Finanzas y Contabilidad*, Facultad de Ciencias Empresariales. Disponible on line:
<https://www.upo.es/portal/impe/web/contenido/0ed1c949-43b3-11de-874c-3fe5a96f4a88?channel=c1f3624d-2f47-11de-b088-3fe5a96f4a88>
- Zabalta, M. Á. (2017). *Competencias docentes del profesorado universitario. Calidad y desarrollo profesional*. Narcea. Disponible on line:
https://books.google.es/books/about/Competencias_docentes_del_profesorado_un.html?id=SvekDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false