



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Centro de Estudios de Postgrado

Trabajo Fin de Máster

LA EMPRESA Y EL EMPRESARIO

Alumno/a: Nova Gómez, Beatriz

Tutor/a: Prof. D^a. Eva M^a Murgado Armenteros
Dpto: Organización de Empresas, Marketing y Sociología.

Febrero, 2019

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE	3
ABSTRACT AND KEY WORDS	3
INTRODUCCIÓN	4
A) FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA	5
1. DELIMITACIÓN OBJETO DE ESTUDIO	5
2. ANTECEDENTES Y ESTADO DE LA CUESTIÓN	6
2.1 EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE EMPRESA	6
2.2 ELEMENTOS, FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA	7
2.2.1. Elementos de la Empresa	7
2.2.2 Funciones de la Empresa	9
2.2.3 Objetivos de la Empresa	10
2.3 ENTORNO EMPRESARIAL	12
2.3.1 Características del entorno	12
2.3.2 Componentes del entorno específico	13
2.3.3 Componentes del entorno general	14
2.4 NUEVO CONCEPTO ASOCIADO A LA EMPRESA: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	15
2.5 TIPOS DE EMPRESAS	19
2.6 EL EMPRESARIO	23
2.6.1 Evolución de la figura de empresario	23
2.6.2 Características del empresario	26
B) PROYECCIÓN DIDÁCTICA	27
1. INTRODUCCIÓN	27
2. CONTEXTUALIZACIÓN	27
2.1 CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO	27
2.2 CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO	28
2.3 IDENTIFICACIÓN DEL NIVEL Y CARACTERÍSTICAS DEL ALUMNADO	29
2.4 JUSTIFICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN	29
3. OBJETIVOS	30
3.1 OBJETIVOS DE ETAPA.	30
3.2. OBJETIVOS DE MATERIA.	31
3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA UNIDAD	31
4. CONTENIDOS	32
4.1 CONTENIDOS DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	32
4.2 CONTENIDOS TRANSVERSALES	32
4.3 CONTENIDOS DE INTERDISCIPLINARIEDAD	34

5. COMPETENCIAS	34
6. METODOLOGIA Y RECURSOS DIDÁCTICOS	35
6.1 TIPOS DE METODOLOGÍA	36
6.2 RECURSOS DIDÁCTICOS	38
7. ACTIVIDADES Y TAREAS	39
7.1 ACTIVIDADES INICIACIÓN-MOTIVACIÓN	40
7.2 ACTIVIDADES DE DESARROLLO	40
7.3 ACTIVIDADES DE CONSOLIDACIÓN	43
7.4 ACTIVIDADES DE APOYO/REFUERZO	43
7.5 ACTIVIDADES DE AMPLIACIÓN	44
7.6 ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN	44
7.7 ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN	45
7.8 ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	45
1. <i>Actividades Complementarias</i>	<i>45</i>
7.9 RESUMEN ACTIVIDADES	45
8. ESTRATEGIAS/TRATAMIENTO DE LA DIVERSIDAD	47
9. TEMPORALIZACIÓN	48
10. EVALUACIÓN	49
10.1 TIPOS DE EVALUACIÓN	50
10.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN	51
10.3 ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES	52
10.4 PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	53
10.5 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	53
10.6 SISTEMA DE EVALUACIÓN	54
10.6 SISTEMA DE RECUPERACIÓN	56
11. BIBLIOGRAFIA	57
ANEXO I	59
ANEXO II	61
ANEXO III	61
Tabla general	61

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

En este trabajo vamos estudiar la figura de empresario y la evolución del concepto de empresa. En lo que respecta a la figura de empresario analizaremos las diferentes teorías que alrededor de este término se han desarrollado y comprobaremos como la complejidad en la toma de decisiones ha obligado a distinguir entre empresarios y accionistas. Por otro lado, analizaremos el concepto de empresa y veremos cómo ha ido evolucionando a lo largo de la historia y como se ha ido adaptando a los nuevos tiempos. Comprobaremos como interactúa la empresa con su entorno, distinguiendo entre el entorno específico y el entorno general y viendo las características propias de cada uno. También estudiaremos los componentes, funciones y objetivos de la empresa.

También estudiaremos el concepto de Responsabilidad Social dada su gran importancia y cada vez mayor relevancia en nuestra sociedad. Comprobaremos que no sólo es importante la responsabilidad social de las empresas sino que todos tenemos que asumir nuestra responsabilidad para con la sociedad y el medioambiente.

Palabras clave: empresario, empresa, responsabilidad social y entorno.

ABSTRACT AND KEY WORDS

In this work we are going to analyze the figure of the entrepreneur and the evolution of the concept of business. Regarding the figure of the entrepreneur, we will analyze the different theories that have developed around this term and we will see how the complexity in the decision making process has forced to distinguish between entrepreneurs and shareholders. On the other hand, we will analyze the concept of company; we will see how it has evolved throughout history and how it has adapted to the new times. We will check how the company interacts with its context, distinguishing between the specific context and the general context and discovering the characteristics of each one. We will also study the components, functions and objectives of the company.

We will also study the concept of Social Responsibility given its great importance and increasing relevance in our society. We will discover that not only the social responsibility of the companies is important, but also that we all have to assume our responsibility towards society and the environment.

Key words: entrepreneur, company, social responsibility and environment

INTRODUCCIÓN

El trabajo que a continuación se va a exponer es el Trabajo Fin de Máster de Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanza de Idiomas de la Universidad de Jaén en la especialidad de Economía, Empresa y Comercio. Este trabajo supone el resultado final y la aplicación de los conocimientos en materia docente que nos han sido brindados durante el pasado curso añadiendo los conocimientos previos de nuestra especialidad adquiridos durante la carrera.

En este trabajo nos centramos en el estudio y análisis de los contenidos de la unidad didáctica perteneciente a la asignatura de Economía de la empresa impartida en el curso de 2º de bachillerato. Tanto el estudio previo como el desarrollo de la unidad didáctica hacen referencia a una unidad contenida en el bloque I del RD 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato y se denomina “La empresa y el empresario”.

La elección de dicho tema tanto a nivel personal como profesional se debe a que considero importante saber de dónde partimos y hacia donde queremos llegar. Por tanto estudiar el marketing, los estados contables y resto de variables relacionadas con la empresa carecen de importancia si no entendemos el concepto de empresa y las diferentes formas que puede adoptar así como los objetivos globales de la misma.

El trabajo se estructura en dos grandes bloques:

- Fundamentación epistemológica. En esta parte realizaremos un estudio y recopilación de información, nos documentamos y ampliamos conceptos sobre el contenido que posteriormente desarrollaremos en nuestra unidad didáctica. En nuestro caso hemos recopilado información sobre los términos de empresa y empresario y todo lo que les afecta.

- Proyección didáctica del tema. En este apartado vamos a desarrollar todos los aspectos de nuestra unidad de forma detallada, integrando contenidos, objetivos, instrumentos, actividades y todo aquello que nos sirva en nuestra práctica docente para exponer los contenidos antes comentados de forma estructurada y práctica alcanzando los objetivos indicados por ley para esta unidad didáctica.

A) FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA

1. DELIMITACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

El concepto de empresa y empresario ha ido cambiando a lo largo de los años como veremos más adelante, pero en todas sus concepciones tiene un eje común y es que de siempre ha sido necesario el intercambio y la satisfacción de las necesidades personales para poder desarrollarnos como sociedad. En todas las formas de comunidad partimos de unos consumidores (demanda) que requieren bienes y servicios, por otro lado tenemos las empresas y empresarios (oferta) que intentan satisfacer dichas necesidades y por último tenemos al Estado que es el encargado de establecer la legislación en base a la cual va a producirse dicho intercambio. A pesar de parecer una cosa sencilla el intercambio entre oferta y demanda puede ser realmente complejo en muchas ocasiones y de ahí la necesidad de estudiar y analizar cómo y en qué circunstancias se produce.

En este trabajo nos centraremos solamente en la parte de la oferta, es decir, en las empresas y en la figura de empresario, parte fundamental para poder entender cómo se produce esa satisfacción de las necesidades de los consumidores. Como veremos más adelante no todas las empresas son iguales ni en tamaño, ni en la actividad que desarrollan, ni en las necesidades que cubren ni al público al que se dirigen.

Ridao (2016) considera la empresa como una entidad que integra un conjunto de factores de producción (personas, capital y recursos naturales), organizados y dirigidos para, a través de los ingresos obtenidos por la venta de bienes y servicios, asegurarse un beneficio y alcanzar objetivos marcados.

Según la RAE, la empresa es una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos e indica que el empresario/a es el titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa.

En muchos casos las empresas son el resultado conjunto de una o varias personas que deciden poner en marcha un proyecto y que se arriesgan para conseguir esa meta. Como analizaremos posteriormente, existen diferentes formas organizativas y jurídicas entre las cuales los empresarios pueden optar a la hora de constituir su empresa. Dentro de todas esas opciones existen dos posiciones claramente diferenciadas, una en la que el empresario responde ante sus deudas con todo su

patrimonio, sería el caso de trabajador por cuenta propia o más conocido como autónomo y las sociedades, en cuyo caso solamente se responden con el patrimonio de la empresa no pudiendo atentar contra el patrimonio personal de sus administradores y directivos. Es tal la importancia que posee la figura del empresario que más adelante analizaremos las diferentes teorías que han surgido alrededor de su figura.

He decidido elegir el tema de la empresa y el empresario por la importancia que tanto grandes empresas, como PYMES, como empresarios individuales tienen en la economía de un país. Es fundamental para el éxito de una empresa elegir de forma adecuada la forma jurídica que mejor se adapte al entorno y a las circunstancias particulares de cada uno. Así por ejemplo, la forma jurídica elegida podría variar en función de la actividad que se vaya a realizar, la legislación que en ese momento este vigente, la tributación fiscal o los recursos económicos de los que se dispongan en ese momento. Todas ellas serían variables que podrían condicionar establecerse de una manera u otra. Por otra parte, también es importante tener claro que es una empresa, como se desarrolla, que característica debería tener un buen empresario y cuáles son las variables que llevarían a alcanzar el éxito de una empresa.

2. ANTECEDENTES Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1 EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE EMPRESA

Las empresas han existido desde las sociedades más primitivas, si bien es cierto que la empresa tal cual la conocemos actualmente nace a partir de que surgen los primeros bancos.

Tabla 1. Evolución histórica del concepto de empresa

La empresa a lo largo de la historia			
A partir del siglo XIV	Siglos XVI-XVIII	Siglo XIX	Siglo XX
Renacimiento Italiano	Mercantilismo	Revolución Industrial	Capitalismo financiero
Primeros Bancos	Compañías Mercantiles	Fábricas	Empresas Modernas

Fuente: Ridao González, J.M. (2016). Economía de la empresa. Sevilla: Algaida

Según indica Ridao (2016), podemos diferenciar varios periodos a lo largo de nuestra historia.

- a) Mercantilismo: etapa que engloba los siglos XVI y XVIII, donde el comercio es la principal actividad económica y en cuyo marco surgió la empresa comercial, como una unidad organizada dedicada principalmente a desarrollar el comercio internacional. También en dicho periodo cabe destacar la cada vez más fuerte actividad bancaria que cobra gran importancia en cuanto a la financiación de las campañas bélicas de la época. Serán las compañías Indias las primeras que se abren al comercio internacional.
- b) Capitalismo Industrial: la separación entre la propiedad y el control es lo que marca esta etapa. Fue la creciente complejidad en la función de dirección lo que provocó que propiedad y control tuvieran que desglosarse y llevarse a cabo por personas diferentes, a lo que también se sumó el gran tamaño que estaban alcanzando las empresas y la necesidad de controlar un mayor capital cobrando una gran importancia la función financiera.
- c) En la actualidad, las empresas han adquirido una gran complejidad consecuencia de aspectos como la globalización, las nuevas tecnologías, etc. Hoy en día no es suficiente con tener una gran idea sino que es necesario asesorarse en diferentes aspectos empresariales, financieros, TIC's, mercado internacional... para poder llevar a cabo el proyecto. Una buena idea puede resultar un fracaso si no se estudia previamente los lugares hacia dónde dirigir nuestros esfuerzos. En nuestros días es una realidad que la globalización nos abre muchas puertas pero también nos son cerradas otras. Así por ejemplo Internet es una puerta abierta al mundo, donde nuestros productos o servicios pueden ser vendidos en cualquier parte del planeta si se realiza una buena gestión, pero por otro lado también puede ser nuestro mayor enemigo ya que un error puede abocar a nuestra empresa al fracaso. Por tanto es muy importante dejarnos asesorar y ser conscientes de que una buena idea sin una buena gestión no es más que un papel mojado y una oportunidad perdida.

2.2 ELEMENTOS, FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA

2.2.1. Elementos de la Empresa

Según Ruiz (2005) podemos clasificar los elementos de una empresa en tres grandes grupos:

- Elementos humanos.
- Elementos materiales.
- Elementos inmateriales.

- Elementos humanos

Son imprescindibles en cualquier empresa puesto que son necesarios para llevar a cabo la actividad económica. Pese a que la tendencia general es ir sustituyendo gran parte de la plantilla por maquinaria especializada, sigue siendo imprescindible el capital humano para dirigir y organizar la actividad. Dentro de este grupo podemos diferenciar distintas figuras según los diferentes intereses dentro de la organización:

- * Los propietarios del capital o accionistas.
- * Los directivos, encargados de tomar las decisiones y organizar los diferentes factores productivos.
- * Los empleados o trabajadores

- Elementos materiales

En este grupo hacemos referencia a los elementos tangibles de la empresa, bien sea materias primas o capital físico, por ejemplo naves industriales, vehículos, inmuebles, mobiliario, material de oficina, etc.

- Elementos inmateriales

Aquí incluimos aquellos elementos intangibles que a pesar de no poseer una estructura física desempeñan un papel fundamental la hora de posicionar a la empresa frente a sus competidores.

- * Know-how o saber hacer, hace referencia al conocimiento, capacidades, experiencias e información que el capital humano de la empresa posee y que permite un mejor desarrollo de la actividad empresarial. Este elemento es difícilmente calculable pero crucialmente imprescindible. La experiencia es un grado y en cuestiones empresariales y desarrollo de procedimientos técnicos es vital, ya que nos permite ahorro de tiempo y consecuentemente una reducción de costes.

* La imagen pública y relaciones de la empresa con su entorno, así como la marca son elementos intangibles muy importantes dentro de cualquier organización. La meta de cualquier empresa es asociar su marca con un producto, así por ejemplo Chupa Chups consiguió que se asociara cualquier caramelo con palo con su marca, otro caso sería el de Pan Bimbo, Coca-cola, etc.

Las empresas combinan todos los elementos anteriormente citados en el proceso productivo para obtener sus bienes y servicios de la forma más eficaz posible.

2.2.2 Funciones de la Empresa

Según Ridao (2016) podemos destacar las siguientes funciones:

- a) Creación de valor: todos los productos o servicios pasan por diferentes fases del proceso productivo, añadiendo en cada una de ellas un plus determinado haciendo que el producto o servicio final tenga una mayor consideración por parte del cliente que el estrictamente definido por los materiales o tiempo utilizados en su fabricación o diseño, de ahí los beneficios y de que el producto sea elegido entre la diferente oferta brindada en el mercado. Muchas empresas obtienen a través de su marca esa creación de valor. Es lo que ocurre en el sector textil. Así por ejemplo marcas con Ralph Lauren, Nike, Adidas...pueden permitirse un mayor precio dada la creación de valor que poseen por el reconocimiento de su marca en todo el mercado.
- b) Coordinación de las actividades productivas. La fabricación de bienes y la prestación de servicios se llevan a cabo de forma organizada gracias a las empresas. Los empresarios son los encargados de coordinar dichas actividades consiguiendo con ello producciones efectivas y reducción de costes, lo que posibilita acceder al mercado con productos económicos y competitivos.
- c) Función social. El objetivo principal de cualquier empresa es obtener un beneficio, pero en su consecución también contribuyen en el desarrollo y crecimiento de la sociedad. Por un lado facilitan los avances tecnológicos a partir de la figura del empresario innovador, lo que hace que la sociedad pueda acceder a dichos descubrimientos a partir de personas con gran capacidad innovadora. Por otro lado las empresas son generadoras de

empleos proporcionando a los trabajadores su principal fuente de ingresos a partir de la remuneración de su trabajo.

- d) Asunción de riesgos. Los empresarios anticipan los recursos necesarios para realizar una actividad productiva y no reciben el fruto hasta pasado un tiempo. Dicha inversión puede ser rentable si tiene éxito o puede ser un fracaso en caso contrario. Nadie les garantiza una rentabilidad cuando apuestan por un nuevo proyecto y esa asunción del riesgo es una de las funciones principales de la empresa intentando minimizar al máximo esa probabilidad de fracaso.

2.2.3 Objetivos de la Empresa

Como ya se ha mencionado anteriormente el principal objetivo de cualquier empresa es la obtención del máximo beneficio posible con el mínimo coste, pero esta no tiene porque ser la única razón de ser de la organización, la empresa puede tener otras motivaciones paralelas a la obtención de beneficios. Existen multitud de clasificaciones de objetivos, pero en nuestro trabajo vamos a centrarnos en los que son considerados de mayor relevancia:

- Maximización del beneficio: objetivo principal de cualquier empresa. El beneficio se define como la diferencia entre ingresos y costes. Todos y cada uno de los siguientes objetivos llevan de forma directa o indirecta a conseguir la maximización del beneficio.

- Minimización del coste: ligado de forma directa a la consecución del primero y a la eficacia del proceso productivo.

- Crecimiento: la reinversión de parte de los beneficios es crucial para conseguir ser competitivos frente a nuestra competencia. Si no invertimos en investigación, en remodelación de la estructura productiva, en formación, etc, podemos caer en el error de estancarnos y no sobrevivir.

- Adquisición de cuota de mercado: un objetivo importante es llegar a alcanzar la posición de liderazgo, ya que de esta manera nos encontraremos en una posición más cómoda y con mayor margen de maniobra. Para conseguir este objetivo es importante saber quiénes son nuestros clientes potenciales y como conseguir que sean clientes reales. Esto se puede realizar bien llegando a nuestro mercado con nuestro

productos, o bien nuevos mercado con nuevos productos. Todas ellas son estrategias competitivas cuya decisión debe tomarse por los directivos de la empresa.

- Aumento del número de clientes: existen ocasiones donde a las empresas les interesa que sus productos sean reconocidos por el mayor número de personas posible. Por dicha razón pueden incluso llegar a tomarse la decisión de vender un producto por debajo del precio de coste, asumiendo las correspondientes pérdidas y consiguiendo que el producto sea reconocido en mercado.

- Satisfacción de los clientes: es imprescindible que los clientes queden contentos con el producto y/o servicio. De nada sirve una venta si el cliente no vuelve a realizarla nunca más. Por dicha razón cada vez es más habitual que las compañías diferencien y traten de forma separada la venta y la postventa. Ambas deben ser aceptables para que un cliente esporádico se convierta en cliente habitual. De nada sirve una venta si posteriormente no se le ofrece al cliente una garantía de funcionamiento.

- Imagen: fundamental en el proceso de venta. La imagen de una empresa se consigue con muchos años de trabajo bien hecho y se pierde con varios pasos mal dados. Es muy difícil conseguir una buena imagen y muy fácil perderla. Hoy en día con una adecuada utilización de las nuevas tecnologías, las empresas pueden conseguir multitud de clientes potenciales arrastrados por comentarios o experiencias de clientes satisfechos, al igual que se puede conseguir el hundimiento de una empresa por malas opiniones de clientes insatisfechos que a través de herramientas como blogs, foros y redes sociales, pueden perjudicar de manera considerable la imagen de la empresa.

- Calidad: cuando hablamos de calidad nos centramos en lo que al producto final se refiere, es decir, que el producto o servicio este correcto. Sin embargo es importante que las empresas interpreten el objetivo de calidad como algo global que abarca no solo al producto, sino también a la comercialización y post venta del mismo.

- Satisfacción de los trabajadores: las empresas deben intentar que los trabajadores se sientan lo más cómodo posible dentro del lugar de trabajo. La idea o el objetivo sería conseguir que un trabajador actúe en la empresa como si de su propia casa se tratara.

- Supervivencia: en ocasiones las empresas deben conformarse con cubrir gastos y mantenerse en el mercado hasta que la situación se mejore, esto ha sido lo que ha ocurrido años atrás con la crisis que aconteció nuestro país.

- Objetivos sociales: actualmente las empresas no pueden conformarse con marcar objetivos económicos sino que dentro de su actividad deben tener en cuenta otros elementos como pueden ser el respeto al medio ambiente, la responsabilidad ética frente a sus trabajadores, etc, todos ellos elementos relacionados con la responsabilidad social corporativa.

2.3 ENTORNO EMPRESARIAL

2.3.1 Características del entorno

El hecho de integrar la empresa dentro de una sociedad y no estar aislada, y de suministrar bienes o servicios a los demás así como necesitar materias primas para poder llevar a cabo nuestra actividad económica, e incluso necesitar financiación hace que nuestras acciones estén continuamente influenciadas por lo que nos rodea y que tomemos nuestras decisiones en función del entorno. Todo esto es consecuencia de encontrarnos ante un sistema abierto, donde estamos permanentemente en contacto con el exterior, ante un sistema global donde todas nuestras acciones afectan al resto y las decisiones de los demás nos afectan a nosotros, y por último ante un sistema autoregulado donde no es necesario ningún tipo de intervención externa sino que es la oferta y la demanda la que determina la producción y precios de los bienes y servicios.

Por tanto podríamos definir a grandes rasgos el entorno como aquello que afecta a la empresa de forma directa o indirecta y que influye de forma significativa en la toma de decisiones.

El entorno en cualquier caso es complejo, por lo difícil y costoso que resulta conseguir toda la información para la adecuada toma de decisiones, es dinámico porque constantemente está cambiando y de ahí la importancia de adaptación de las empresas, y es inestable debido a la competencia y la necesidad de tomar decisiones de forma rápida y eficaz.

El entorno de la empresa puede clasificarse en dos grupos: el entorno específico y el entorno general. El primero de ellos hace referencia al entorno propio

de cada empresa el cual afecta de forma directa a la misma y el segundo afectaría a todas las empresas por igual no pudiendo ninguna ellas tener ningún tipo de control ni influencia sobre el mismo.

2.3.2 Componentes del entorno específico

Como avanzábamos anteriormente, el entorno específico de las empresas es aquel que le afecta de forma directa por poseer una relación más estrecha con ella. Este entorno puede ser controlado e influenciado por la compañía ya que es ella la que elige todos y cada uno de los componentes del mismo. Los componentes del entorno general son:

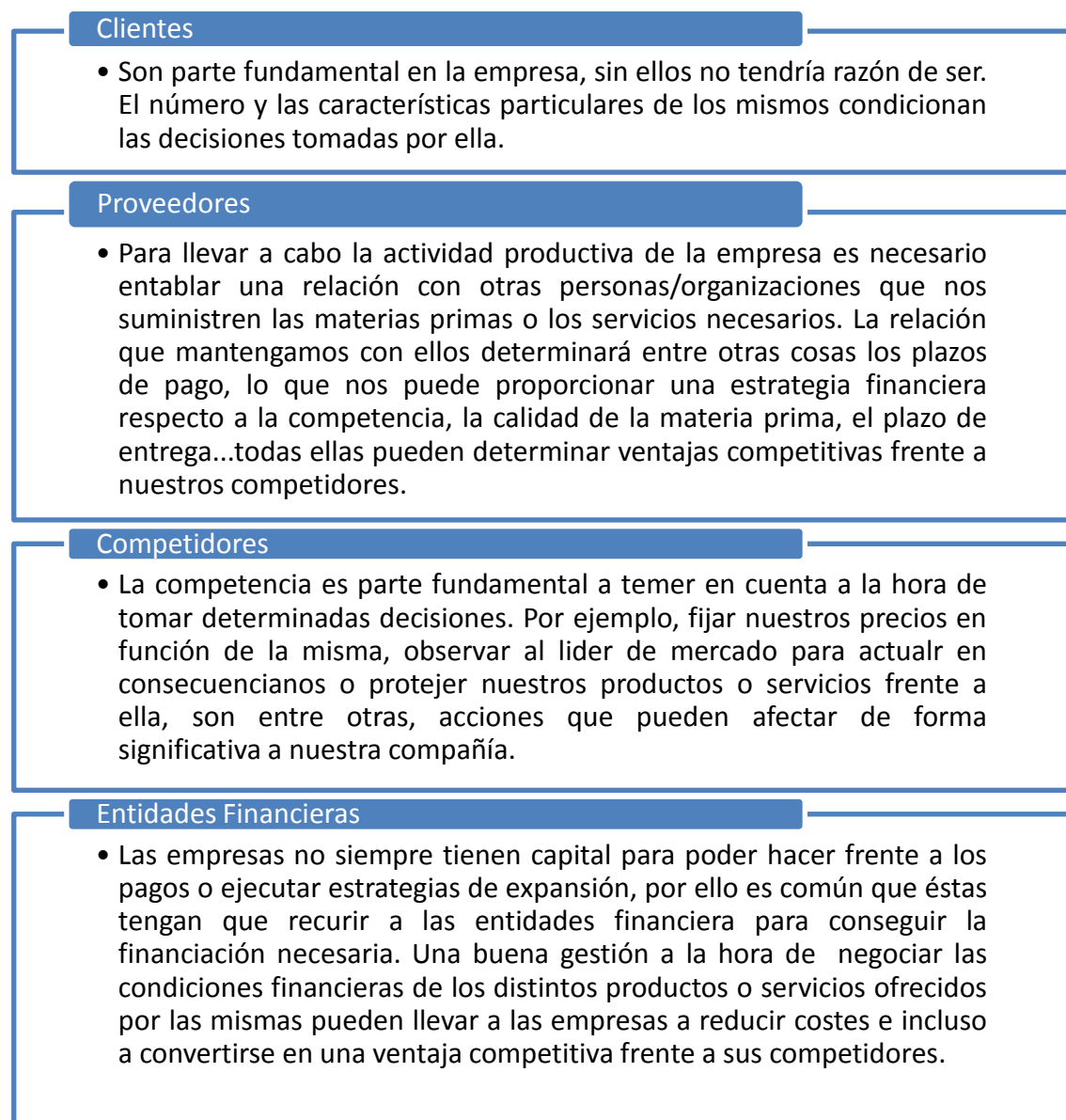


Figura 1. Componentes del entorno específico. Elaboración propia

2.3.3 Componentes del entorno general

El entorno general es difícil de controlar por parte de las organizaciones pero no por ello se debe olvidar tenerlo en cuenta, puesto que cambios en él pueden suponer oportunidades frente a competidores o bien pueden suponer desventajas competitivas que pueden incluso acabar con la vida de una empresa. Por tanto es necesario hacer un estudio del entorno general para poder anticiparse a los posibles cambios y por tanto a las posibles consecuencias que puedan afectar a las empresas.

Entre los principales componentes podemos destacar según Ridao (2016):

- Económico: donde cobran gran importancia las variables económicas tales como tipo de interés, tasa de desempleo, inflación, etc. Son estas las que pueden afectar a la financiación de las empresas, a la contratación de personal y en general convertirse en una ventaja o desventaja competitiva.
- Demográfico: edad de la población, distribución por sexo y edad, gustos... Variables que han de ser tenidas en cuenta a la hora de elegir la ubicación de las empresas.
- Tecnológico: los continuos cambios en la tecnología hace que las compañías tengan que estar adaptándose constantemente. Las nuevas tecnologías por un lado hacen más fácil el funcionamiento de las industrias a través de nueva maquinaria o el acceso a nuevos mercados a través de Internet, pero a su vez obliga a las empresas a estar continuamente adaptando sus estrategias para poder conseguir mantenerse en el mercado, puesto que no hacerlo supondría el fracaso de la misma.
- Político-legal: el marco jurídico-legal donde se encuadra la actividad económica es fundamental y por ello es importante que sea conocido desde el principio y que la información relativa al mismo sea actualizada frecuentemente respecto a las modificaciones que pudieran acontecer en materia fiscal, laboral y contable y que afecten de forma directa a la organización. En este apartado cobra gran importancia la figura de los asesores empresariales, los cuales son los encargados de mantener informadas a las empresas sobre todos aquellos cambios legislativos que puedan afectarles así como asesorarles acerca de la estrategia a seguir en cada caso.

- Socioculturales: este componente hace referencia al estilo de vida, hábitos de consumo, nivel educativo, composición de la población..., en términos generales lo que se pretende es conocer la composición de nuestros potenciales clientes.

Como se puede comprobar todos los componentes mencionados anteriormente a pesar de no poder ser controlados por las empresas, deben ser tenidos en cuenta porque afectan en gran medida a las decisiones que estas deben tomar para establecer sus estrategias comerciales y de gestión.

2.4 NUEVO CONCEPTO ASOCIADO A LA EMPRESA: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Las empresas deben ser conscientes de que sus actuaciones afectan a la sociedad donde se integran repercutiendo a ella efectos positivos y negativos. Por tanto podemos definir la responsabilidad social de la empresa como aquellas actuaciones que realiza la organización con un objetivo distinto al de obtener su propio beneficio y que implica que de éstas se desprendan unos valores éticos y morales para con su entorno.

Hoy en día se valora muy positivamente por parte de la demanda que las empresas actúen de forma responsable con su entorno. De hecho para muchos consumidores el nivel de responsabilidad social de la empresa es un factor determinante para elegir sus productos o servicios respecto a los de la competencia. Ser responsables vende, y a pesar de que el objetivo principal de ser responsables no es obtener beneficios, llevar a cabo actuaciones “beneficiosas” puede ser utilizado por muchas empresas como una ventaja competitiva.

Existen tantas responsabilidades por parte de la empresa como elementos afectados por su actividad. Vélez-Romero y Cano-Lara (2016) muestran la siguiente clasificación de responsabilidad social:

1. Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial: dicha responsabilidad es la que contrae la empresa según sus valores éticos y morales relativa a aspectos medioambientales o sociales en el ámbito de actuación de la empresa. Normalmente las corporaciones suelen hacer públicas sus actuaciones sociales, por ejemplo, las empresas que realizan acuerdos con proveedores locales suelen utilizarlo en sus campañas publicitarias (Carrefour y sus productos “Bio”), las que invierten parte de sus beneficios en realizar infraestructuras o realizar actividades formativas sin ánimo de lucro, por ejemplo, la fundación social “La Caixa”, y así

podríamos mencionar todas y cada una las empresas. Todas las empresa hacen mención a las actuaciones que llevan a cabo en materia de responsabilidad social en todas sus páginas web o discursos públicos porque la responsabilidad social se ha convertido en un negocio y las sociedades son conscientes de ello. Respecto a las definiciones que se han dado sobre el tema, podemos citar:

Según Ridaó (2016), la responsabilidad social de las empresas se refiere a las actuaciones que no se orientan a mejorar el resultado de la empresa, sino a mejorar la calidad de vida de la sociedad donde actúa según unos valores éticos.

“La responsabilidad social de la empresa debe ser entendida como un auténtico y efectivo vínculo entre las empresas y la sociedad en la cual operan. (...). La empresa no es solamente responsable antes sus accionistas, sino que también lo es ante todos aquellos grupos más o menos directamente interesados y afectados por ella”. (Garrido, 2004). Dentro de la responsabilidad social corporativa Vélez-Romero y Cano-Lara (2016) distinguen 3 niveles:

- * Nivel primario: aquí incluyen aquellas estrategias sostenibles que estén relacionadas con el objeto social de la compañía, intentando que los trabajadores se involucren en estas acciones e identificando los efectos negativos en el medioambiente. Realmente podemos definir este nivel como una primera toma de contacto donde más que solventar problemas o adoptar medidas lo que hacemos es analizar el entorno donde radica la empresa.

- * Nivel secundario: la organización se involucra de forma directa con sus empleados y la sociedad adoptando medidas con las cuales salen beneficiados tanto unos como otros. En lo que respecta a los trabajadores algunas de éstas medidas sería la estabilidad de la plantilla, participación en beneficios, fomentar el desarrollo de la carrera empresarial... Por otra parte las medidas que afectan a la comunidad serían aquellas que de forma indirecta beneficia a las personas que conviven en ella por ejemplo contratar a personas con algún tipo de discapacidad o establecer un programa de prácticas entre otras medidas.

- * Nivel terciario: las empresas adoptan responsabilidades no obligatorias. Por ejemplo, realización de campañas especiales para conseguir financiación para determinados proyectos, donaciones,

realización de infraestructuras para un fin social o financiación de proyectos de investigación.

2. Responsabilidad Social Gubernamental

Se entiende como aquella que las organizaciones gubernamentales tienen frente a los grupos con los que se relacionan. Los gobiernos adoptan decisiones que pueden no afectar de la misma manera a toda la sociedad sobre la cual es responsable, a través de leyes, decretos, regulaciones...Por tanto los gobiernos son responsables en última instancia de dichas actuaciones por lo que deben intentar minimizar los efectos negativos que sus decisiones pueden tener.

3. Responsabilidad Social Ambiental.

Fernández de Gatta (2004) define la responsabilidad social corporativa como el proceso mediante el cual dichas empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y de un medio ambiente más limpio.

Cuando hablamos de responsabilidad social ambiental hacemos referencia a aquellas actuaciones por parte de la empresa encaminadas a minimizar los efectos negativos que su actividad pueda tener sobre el medioambiente e incluso realizar actuaciones encaminadas a mejorarlo a través de lo que conocemos como desarrollo sostenible.

En los últimos años el medioambiente se está viendo muy afectado por el consumo irresponsable que tanto ciudadanos como empresas hacemos de él hasta tal punto que los gobiernos se han visto obligados mediante leyes a penalizar dichos daños ambientales. En España dicha regulación se manifiesta en la Ley 26/2007, de 23 de Octubre de Responsabilidad Medioambiental, modificada por la Ley 11/2014, de 3 de Julio que establece las medidas de prevención así como la reparación del daño causado.

Entre los daños más evidentes que las empresas causan al medioambiente están:

- La contaminación.
- El cambio climático, a través de la destrucción de la capa de ozono.

- La desertificación.
- El agotamiento de los recursos no renovables.
- Extinción de especies tanto de fauna como de flora...

Es evidente que algo estamos haciendo mal y el hecho de que este siendo regulada las penalizaciones es muestra de ello, pero la sociedad cada vez es más consciente de las consecuencias que a largo plazo estos daños pueden tener y por tanto valoran de forma muy positivas todos los intentos por minimizar dichos perjuicios.

4. Responsabilidad Social Universitaria

Este nuevo concepto hace referencia a la responsabilidad de las universidades, tanto públicas como privadas, que como modelo de enseñanza y como incubadora de futuros profesionales y ciudadano tiene la responsabilidad moral de transmitir a sus alumnos no solo conocimientos teóricos sino educar en valores, ayudando a fomentar la participación en acciones relacionadas con la responsabilidad social como puede ser programas de ayudas a discapacitados, voluntariado, campañas de donación de sangre u órganos, y en general realizar acciones que permitan en la medida de lo posible ser mejores personas.

5. Responsabilidad Social personal o individual

Las empresas deben asumir su responsabilidad sobre los efectos negativos que su actividad pueda ejercer en su entorno, bien sea sobre la sociedad o sobre el medioambiente, las universidades son responsables en la medida en que deben intentar transmitir a sus alumnos no solo un conocimiento teórico sino también una educación en valores para crear futuros profesionales y ciudadanos concienciados y comprometidos con la sociedad. La responsabilidad de cada uno radica en la idea de que los individuos debemos reparar los daños causados al resto de sociedad o al medioambiente. En este sentido debemos pensar que no solo debemos reparar el daño causado sino que debemos actuar de forma preventiva. Así por ejemplo el hecho de no tirar basura a la vía pública es una responsabilidad personal pero que afecta a toda la sociedad.

Por tanto podemos concluir que la responsabilidad social no es obligación únicamente de las empresas sino que todas las personas y grupo de individuos pueden y deben contraer esa responsabilidad por el hecho de realizar actuaciones que puedan provocar un daño en sentido ético a otras personas o medioambiente. A pesar de que muchas actuaciones de responsabilidad social están reguladas y penalizadas por ley, hay muchas otras que deben ser enseñadas e interiorizadas desde el ámbito personal y familiar para que dichos valores sean trasladados a los demás ámbitos de nuestra vida.

2.5 TIPOS DE EMPRESAS

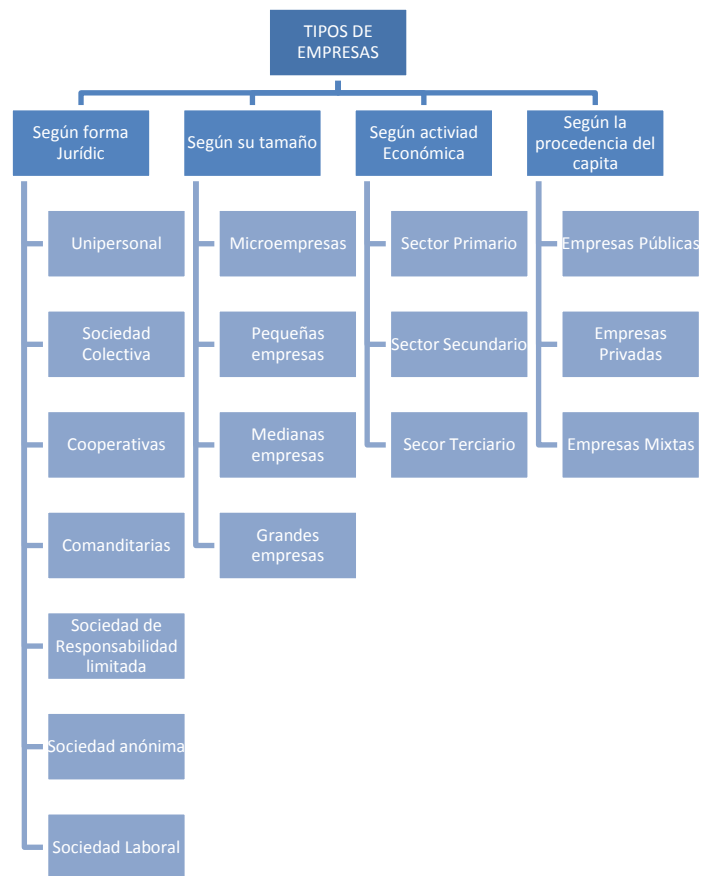


Figura 2. Esquema Tipos de Empresas. Elaboración propia

Existen multitud de clasificaciones de las empresas, pero en este trabajo me centraré en las que según mi criterio son las clasificaciones más comunes y prácticas para catalogar a los diferentes tipos de empresas.

1. Según su naturaleza jurídica.

Esta clasificación dependerá de la responsabilidad que tengan los propietarios frente a las deudas contraídas por la empresa y el capital aportado. En lo que a la responsabilidad frente a las deudas se refiere debemos aclarar que se tendrá un responsabilidad ilimitada cuando se responda antes las deudas con todo el capital aportado y con el patrimonio personal, y se tendrá una responsabilidad limitada cuando solamente se responda con el capital aportado a la empresa. Teniendo claro estos conceptos podemos proceder hacer una primera clasificación de empresas según su naturaleza jurídica.

- a) Empresario individual o autónomo. Existe un único propietario. Su característica principal es que la responsabilidad es ilimitada, es decir, el empresario responde con todos sus bienes presentes y futuros frente a terceros (Ruiz, 2005). Esta característica tan particular se ha visto modificada por la Ley 14/2013 de 27 de septiembre por la cual se reconoce la responsabilidad limitada del empresario individual. El empresario individual es la forma más simple de empresa. La actividad se realiza normalmente por una persona que puede valerse de sus propios medios o emplear más mano de obra si así fuera necesario.

La principal ventaja del autónomo es que la constitución de la empresa es relativamente sencilla y que no es necesario un capital mínimo para iniciar la actividad. Por otra parte entre sus desventajas encontramos entre otras que esta figura debe tributar por IRPF, lo que puede suponer un esfuerzo fiscal elevado cuando los beneficios sean altos, que debe pagar una cuota a la seguridad social fija, independientemente de si existen o no beneficios y que responden con todo su patrimonio personal ante las deudas.

Recientemente se ha creado una figura denominada autónomo económicamente dependiente que incluye a los empresarios cuyos ingresos, el 75% o más, dependen exclusivamente de un cliente. Esta figura se crea al amparo de muchos trabajadores que en lugar de ser contratados directamente por las empresas eran obligados a establecerse como autónomos y facturar esa prestación de servicios o venta de productos. En este caso el trabajador tendrá derecho a determinadas coberturas que en otras circunstancias no hubiera podido tener, como puede ser desempleo, maternidad, vacaciones entre otras.

- b) Sociedad colectiva: existen más de dos propietario. En este caso también, al igual que en el anterior, la responsabilidad es ilimitada. Esta forma jurídica resulta interesante cuando se pretende llevar a cabo una actividad por un

número reducido de personas. La aportación de capital puede ser económica o en forma de trabajo. No poseen un capital mínimo para establecerse y tributan por el impuesto de sociedades. La complejidad burocrática para su constitución es un poco más elevada que en el caso del trabajador autónomo.

- c) Cooperativas: normalmente son el origen de la unión de personas que tienen un interés común y que utilizan esta forma para prestar sus servicios o vender sus productos. Esta forma jurídica es muy común en la actividad agrícola. En este caso el socio solamente posee un voto independientemente del capital aportado.
- d) Comanditarias: se caracterizan por poseer dos tipos de socios, por un lado encontramos los denominados socios comanditarios que son aquellos que aportan únicamente capital y cuya responsabilidad es limitada y acorde con el capital aportado y los socios colectivos que son aquellos que aportan capital y toman decisiones en la empresa, en este caso la responsabilidad es ilimitada. No poseen un capital mínimo para constituirse y tributan por el impuesto de sociedades. Lo más característico de esta modalidad es la separación que se hace entre los tipos de socios y su responsabilidad frente a las deudas. No es la forma más habitual de constitución.
- e) De Responsabilidad limitada: su capital se divide en acciones y los socios sólo responden de acuerdo al capital aportado. El capital mínimo para constituirse es de 3.000€ y puede ser suscrito por uno (sociedad limitada unipersonal) o por varios socios. La responsabilidad de los socios es limitada y por ello esta forma jurídica es una de las preferidas por las pymes y por las empresas familiares para establecerse. El capital se divide en participaciones que son distribuidas entre los socios o partícipes en función de su aportación. Dichas participaciones no se pueden transmitir libremente, teniendo preferencia de adquisición los socios restantes.
Los partícipes tienen derecho a participar en las ganancias de la sociedad, derecho a votar en las juntas y a la adquisición preferente.
- f) Sociedad Anónima: en este caso la responsabilidad también se limita al capital aportado. Este tipo de forma jurídica es adoptado por aquellas empresas cuyo tamaño es considerable. El capital social se divide en acciones, cuya titularidad la ostenta en su mayor parte inversores anónimos

interesados únicamente en especular y obtener un beneficio con la compra-venta de acciones. El capital mínimo para constituirse es de 60.000€ desembolsando como mínimo un 25%.

- g) Sociedad Laboral: es una sociedad anónima o de responsabilidad limitada donde la mayoría del capital proviene de sus trabajadores, dicha característica le confiere un carácter especial puesto que sus propietarios tienen varios incentivos, por una parte obtener un beneficio a partir de las ganancias de la empresa y por otra tener un puesto de trabajo. Dentro de esta tipología de empresas existen varias figuras: socios trabajadores, tienen un contrato indefinido y en ningún caso pueden poseer más de la tercera parte del capital, socios no trabajadores, solo aportan capital y trabajadores no socios.

2. Según su tamaño

Para clasificarlas según su tamaño atenderemos a una serie de criterios que nos determinará a qué clase de empresa pertenece. Los principales criterios son:

- Volumen de Venta
- Número de trabajadores

En la siguiente tabla se exponen los requisitos que deben cumplirse para encuadrarse en un tipo de empresa u otro.

Tabla 1. Tipos de empresas en función de su tamaño.

Tipos de Empresa	Nº de empleados	Volumen de negocio	Balance General
Microempresa	<10 personas	≤2.000.000 €	≤2.000.000€
Pequeña	<50 personas	≤10.000.000 €	≤ 10.000.000 €
Mediana	<250 personas	≤50.000.000 €	≤ 43.000.000 €
Gran Empresa	≥250 personas	> 50.000.000 €	> 43.000.000 €

Elaboración Propia.

3. Según su actividad.

- a) Empresas primarias: las empresas que se encuadran en este tipo se caracterizan por tomar de la naturaleza su principal materia prima y producto final. En este tipo se incluyen las ganaderas y agrícolas.
- b) Empresas secundarias: a través de la transformación de las materias primas obtienen el producto final. Incluimos las empresas industriales y de construcción entre otras.
- c) Empresas terciarias: son empresas que se dedican a la prestación de servicios. Un ejemplo de ellos son las empresas dedicadas al turismo.

4. Según procedencia del capital.

- a) Privadas: el capital procede de inversores particulares.
- b) Públicas: el capital pertenece al Estado o a cualquier otro organismo público. Su creación generalmente tiene un fin social.
- c) Mixtas: el capital proviene tanto del ámbito privado como del público. Un ejemplo son los colegios concertados.

2.6 EL EMPRESARIO

Han sido muchos los autores que han intentado dar una definición de empresario, incluso han realizado teorías alrededor de la figura del mismo, concepto que ha ido evolucionando a lo largo de la historia.

Para Ridao (2016), el empresario es aquella persona que marca los objetivos y coordina los diferentes factores productivos para que dichos objetivos puedan ser cumplidos.

En la actualidad se distingue entre empresarios y propietarios puesto que hoy en día ambas figuras no tienen que ser la misma persona. Los empresarios serían los encargados de fijar objetivos, planificar la actividad y organizar los factores productivos, entre otras funciones, y por su parte los propietarios serían aquellas personas que aportan el capital y tienen la propiedad de la empresa.

2.6.1 Evolución de la figura de empresario

Para realizar una evolución histórica adecuada debemos recurrir a economistas importantes que desarrollaron ese concepto en su época.

Según Adam Smith (1723), la figura de empresario coincide con el propietario del capital, que a su vez lleva a cabo el control de los medios de producción. En dicha época se define al empresario como la persona que compromete su capacidad al funcionamiento de la empresa y afronta el riesgo inherente a la actividad económica.

Posteriormente Cantillon (1680) ve al empresario como a un hombre de negocios, puesto que compra la materia prima y tras transformarla la misma pone a disposición del mercado los productos o servicios a un precio incierto, no sabiendo en ningún caso cuándo recuperará su inversión. Sin embargo J.B. Say (1767) considera que el precio de venta ha de ser capaz de suplir los costes y obtener un beneficio.

En el siglo XIX nos encontramos con A. Marshall (1890) quien entiende la figura de empresario como organizador. En este sentido se entiende que el capital se confía a un empresario profesional, que puede ser o no participe del capital, sobre la base de sus conocimientos. Por tanto el empresario es aquella persona que en base a sus conocimientos es capaz de organizar, planificar y dirigir factores para satisfacer necesidades, diferenciando entre la remuneración al empresario por su capacidad organizativa y la remuneración o dividendo por el capital aportado.

La teoría del empresario-riesgo de Knight (1921), se basa en el riesgo asumido por las distintas partes. Para él, el empresario es aquella persona que asume un riesgo seguro, es decir, hace una inversión inicial y asume unos costes ciertos para obtener una remuneración incierta que se manifiesta a través de los beneficios esperados. Por dicho motivo Knight distingue entre la persona que asume el riesgo económico de la actividad (accionista) la cual también se encarga de elegir al personal directivo de la empresa y la persona que asume el riesgo de la toma de decisiones (empresario), encargada de organizar los factores productivos.

Para el economista Joseph A. Schumpeter, lo importante no es el riesgo sino la innovación. El autor considera que la innovación es la característica por excelencia que debe poseer todo empresario. Según indica en el desarrollo de su teoría todo empresario parte de una idea innovadora que le proporciona un tiempo con beneficios extraordinarios que llegan a su fin en el momento en que otras empresas consideradas seguidoras lo copian llegando en este momento a una situación de equilibrio. Más tarde a otro empresario se le ocurre un nuevo producto o servicio (fase de invención), pone en práctica dicha idea (fase de innovación) y finalmente, tras encontrarse

transitoriamente en un periodo de monopolio las demás empresas copian (fase de imitación) e incluso en ocasiones mejoran la idea y así sucesivamente se repite una y otra vez este ciclo lo que permite llevar a cabo un proceso de avance tecnológico. Hoy en día existen personas cuyo oficio es innovar y no ejecutan ninguna idea en concreto, sino que las comercializan a empresas que puedan estar interesadas.

Posteriormente es introducida la figura de empresario tecnócrata por J.K. Galbraith quien considera que el poder económico ha ido trasladándose de las personas y de la propiedad a las organizaciones. Con el aparece la denominada tecnoestructura indicando que el poder lo ostentan los directivos , que son especialistas y que poseen el poder ejecutivo tomando las decisiones de la empresa y coordinando toda la información.

Y la figura más reciente es la del empresario líder, introducida por W.G. Bennis, quien considera que el empresario debe ser innovador, un buen líder y un buen estratega y que debe elegir las decisiones oportunas para conseguir los objetivos.

En definitiva la figura del empresario ha adquirido una gran importancia dada la complejidad de las decisiones que deben tomar las empresas, bien sea asumiendo el riesgo en las decisiones adoptadas o por la capacidad de innovación que deben tener para mantenerse en el mercado. En cualquier casos lo importante es adaptarse de forma rápida a los. El hecho de que el entorno sea cambiante y que se deban tomar decisiones complejas de forma rápida y acertada y que haya que innovar para mantener la competitividad de la empresa, hace que el empresario sea considerado un profesional.

Tabla 2. La figura de empresario en el tiempo

Etapas	Autor	Tipos de Empresarios
Siglo XVIII	A.Smith	Empresario capitalista como propietario de los medios de producción
Siglos XVIII-XIX	R. Cantillon y J.B.Say	Empresario como hombre de negocios
Siglo XIX	A.Marshall	Empresario como organizador
Siglo XX	F.H. Knight	Empresario como persona que asume el riesgo.
	J.A. Schumpeter	Empresario como persona innovadora

	J.K. Galbraith	Empresario tecnócrata
Siglo XX- XXI	W.G. Bennis	Empresario líder

Elaboración propia

2.6.2 Características del empresario

La función principal de cualquier empresario ha sido la toma de decisiones. Conforme ha ido aumentando la complejidad de las instituciones también han ido creciendo las responsabilidades atribuidas a la figura de empresario y por consiguiente las decisiones que deben tomarse, lo que ha derivado en la delegación de responsabilidades a otras personas por parte del empresario. Esto ha determinado que hoy en día se distinga entre empresarios y directivos.

Teniendo en cuenta lo anterior podemos definir al empresario como aquella persona que marca las líneas de actuación, establece los objetivos y establece la política de la empresa. Por su parte los directivos serían aquellas personas encargadas de diseñar las estrategias adecuadas para alcanzar los objetivos establecidos. Por tanto podríamos decir que el empresario es el que planifica, organiza, dirige y controla la actividad delegando determinadas responsabilidades en los directivos.

Todo empresario debe poseer determinadas características o aptitudes que, junto a una gestión, hacen que sus decisiones sean acertadas y exitosas.

- Capacidad de liderazgo. La actitud con la que se afrontan las adversidades y la capacidad de influir a los demás para conseguir las metas propuestas es determinante en el éxito de las decisiones.
- Espíritu emprendedor. Todo buen empresario está continuamente observando su entorno y buscando necesidades no cubiertas. Ser emprendedor es una capacidad innata en ciertas personas y los mismos están preparados para asumir riesgos.

B) PROYECCIÓN DIDÁCTICA

1. INTRODUCCIÓN

Economía de la Empresa es una materia de opción del bloque de asignaturas troncales impartida en la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales de segundo curso de Bachillerato.

La unidad didáctica de estudio se denomina “La empresa y el empresario” y se encuentra incluida según lo establecido en la Orden de 14 de julio de 2016 en el **Bloque 1. La empresa. La empresa y el empresario. Clasificación, componentes, funciones y objetivos de la empresa. Análisis del marco jurídico que regula la actividad empresarial. Funcionamiento y creación de valor. Interrelaciones con el entorno económico y social. Valoración de la responsabilidad social y medioambiental de la empresa.**

2. CONTEXTUALIZACIÓN.

2.1 CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO

El centro se encuentra ubicado en Cortijos Nuevos, una pedanía del municipio de Segura de la Sierra situado en la provincia de Jaén, enclavado en pleno Parque Natural, de la Sierra de Segura, Cazorla y las Villas. Su economía se sustenta en gran medida en la agricultura, más concretamente al cultivo de aceituna y en el turismo. Esta última actividad cada vez está cobrando mayor importancia en la zona debido al fomento del deporte de interior y turismo de montaña.

Su tejido empresarial está constituido en su mayoría por microempresas y PYMES. La mayor parte de ellas son de origen familiar y se dedican mayormente al turismo y la agricultura. Como excepción, dentro de la localidad existe una gran empresa dedicada al transporte de viajeros.

Actualmente, habitan en él aproximadamente 1.100 habitantes, la mayoría son naturales del municipio. La tasa de paro es variante ya que gran parte de su población se dedica a tareas agrícolas, un sector de actividad muy afectado por la temporalidad.

Cortijos Nuevos consta de los siguientes centros educativos:

- Instituto de Educación Secundaria “El Yelmo”
- C.E.I.P. “Sierra de Segura”.
- Centro de Adultos “Tavara”.

2.2 CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO

La unidad didáctica se va a desarrollar en el I.E.S. El Yelmo de Cortijos Nuevo (Jaén), lugar donde se imparte la Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato en la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales y Bachillerato en la modalidad de Ciencia y Tecnología.

El instituto consta de una línea de E.S.O. y una línea de bachillerato en cada una de sus modalidades. El equipo docente está formado por 24 profesores/as y 3 personas que conforman el personal de Administración y Servicios. El equipo docente de éste centro siempre se ha caracterizado por una gran inestabilidad, siendo el 90% de la plantilla profesores interinos. Esto es debido en gran medida a la situación geográfica del municipio siendo en muchas ocasiones una de las últimas opciones elegidas por los docentes como opción para desarrollar su actividad profesional.

En lo que a instalaciones se refiere, el instituto consta de las siguientes infraestructura: gimnasio, pistas deportivas, salón de actos, biblioteca, sala de informática, laboratorio, aula de radiofonía, aula de dibujo, aula de tecnología, cafetería, aulas de apoyo, sala de profesores, dirección y secretaria, invernadero, entre otros.

En cuanto a los proyectos educativos que se llevan a cabo son:

- Proyecto de incorporación de la TIC en la educación.
- Plan de autoevaluación y mejora
- Proyecto: "Escuela espacio de paz".
- Proyecto lector y Plan de uso de las bibliotecas escolares.
- Plan de acompañamiento escolar
- Plan de igualdad entre hombres y mujeres en educación
- Plan de convivencia

2.3 IDENTIFICACIÓN DEL NIVEL Y CARACTERÍSTICAS DEL ALUMNADO.

Esta unidad didáctica está dirigida a los alumnos de segundo de Bachillerato, en particular para aquellos que están cursando la modalidad de Humanidades y Ciencias Sociales, y como ya se mencionó en la introducción, la unidad se corresponde con el Bloque 1 de la asignatura de Economía de la empresa, y lleva por título “La empresa y el empresario”. La duración de la misma será de 8 sesiones de 60 minutos cada una.

El total de alumnos matriculados en el centro es de 134, de los cuales 102 corresponden al alumnado de ESO, y 32 a Bachillerato.

Mi alumnado se caracteriza por tener un nivel socio económico medio. Proviene de familias trabajadoras de clase media, destacando algunas excepciones de alumnos/as que provienen de familias de etnia gitana, cuya presencia es mayor cada año.

Mi clase consta de 10 alumnos/as. En este centro es habitual encontrar cursos con ese número de alumnos o inferior debido a su situación geográfica. De esos 10 alumnos, uno de ellos tiene necesidades específicas de apoyo educativo, una alumna presenta una discapacidad auditiva, concretamente una hipoacusia leve, y otra alumna presenta altas capacidades intelectuales.

El tratamiento y solución a estas particularidades está incluido en el apartado “Atención a la diversidad”.

2.4 JUSTIFICACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

➤ A nivel Personal

He escogido esta Unidad Didáctica porque considero que es necesario conocer los cimientos de una empresa, saber lo que es y quien la crea, es decir, ofrecer una visión global de la empresa: objetivos, elementos y funciones. Dada la importancia que tiene el tejido empresarial de cualquier país, considero de vital necesidad que los alumnos/as conozcan la historia de dichos términos y acrecentar en la medida de lo posible su espíritu emprendedor. En esta unidad se estudia el origen de los conceptos de empresa y empresario así como los objetivos, funciones y elementos que tienen cualquier empresa. También se estudiará la localización y la dimensión de la empresa. En mi opinión creo interesante inculcar la cultura emprendedora a nuestros alumnos, orientarlos en cuanto al desarrollo de una idea empresarial se refiere y ofrecerles apoyo si fuera el caso.

Por lo tanto los objetivos personales que pretendo alcanzar con el desarrollo de esta unidad no se basan tanto en contenidos teóricos, sino más bien en intentar transmitir a mis alumnos ese espíritu emprendedor a partir de la evolución del concepto tanto de empresa como de empresario.

➤ A nivel legislativo.

Para poder realizar mi unidad didáctica he tenido en cuenta el R.D. 1105/2014, de 26 de Diciembre por el que se establece el currículo básico de Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato, el Decreto 110/2016, de 14 de junio, por el que se establece la ordenación y el currículo del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Andalucía , por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Andalucía y donde se regulan determinados aspectos de la atención a la diversidad y se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVOS DE ETAPA.

De entre todas las capacidades que conforme a lo dispuesto en el artículo 25 del Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre se pretenden que nuestros alumnos y alumnas alcancen en la etapa de bachillerato, nuestra unidad contribuirá a desarrollar aquellas que les permitan en un futuro:

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 y discriminaciones existentes, y en particular la violencia contra la mujer e impulsar la igualdad real y la no discriminación de las personas por cualquier condición o circunstancia personal o social, con atención especial a las personas con discapacidad.

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

h) 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.

j) Comprender los elementos y procedimientos fundamentales de la investigación y de los métodos científicos. 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 medio ambiente.

k) Afianzar el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, trabajo en equipo, confianza en uno mismo y sentido crítico.

3.2. OBJETIVOS DE MATERIA.

Conforme a lo dispuesto en el ANEXO I de la Orden de 14 de Julio de 2016 la materia de Economía de la Empresa en el Bachillerato tendrá como finalidad el desarrollo de las siguientes capacidades:

1. Distinguir los diferentes tipos y formas jurídicas de empresas relacionándolas con las exigencias de capital y responsabilidades para cada tipo e identificando los rasgos específicos del tejido empresarial andaluz y español.
2. Analizar las relaciones entre empresa, sociedad y medioambiente, conociendo la relevancia de los procesos de generación de valor y la importancia de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial.
3. Describir y analizar los diferentes factores que determinan la localización y las diferentes modalidades de dimensión de una empresa.
8. Describir los principales impuestos que afectan a la empresa y valorar el cumplimiento de las obligaciones fiscales empresariales.
9. Diferenciar las modalidades de financiación interna y externa, sus costes y las modalidades de inversión empresarial, aplicando métodos estáticos y dinámicos para seleccionar y valorar proyectos alternativos.

3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA UNIDAD

- 1) Definir la empresa como unidad económica.
- 2) Identificar los objetivos de la empresa.
- 3) Conocer los elementos de la empresa.

- 4) Clasificar las funciones de la empresa.
- 5) Reconocer y analizar los rasgos principales del entorno.
- 6) Señalar los distintos tipos de empresas y empresarios que actúan en su entorno.
- 7) Investigar la relación de la empresa con el medioambiente, así como valorar las actuaciones que ésta tiene sobre el mismo.
- 8) Valorar las variables de localización y dimensión de la empresa.
- 9) Analizar la decisión de internacionalización y deslocalización de la empresa.
- 10) Reconocer las características básicas de las PYMES.
- 11) Relacionar la empresa y las TIC.

4. CONTENIDOS

4.1 CONTENIDOS DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

1. El concepto de empresa
 - 1.1. Objetivos de la empresa.
 - 1.2 Elementos de la empresa.
 - 1.3 Funciones de la empresa.
2. Influencia del entorno en la empresa
 - 2.1. La empresa como sistema
 - 2.2. El entorno empresarial
 - 2.3 La responsabilidad social de la empresa.
3. Localización y dimensión de la empresa
 - 3.1. Localización
 - 3.2. Dimensión
 - 3.3. La globalización. La internacionalización. La deslocalización.
 - 3.4. Las pequeñas y medianas empresas (PYMES).
4. La empresa y las tecnologías de la información y de la comunicación.
 - 4.1. La influencia de Internet sobre la empresa
 - 4.2. Interconexión entre empresas e instituciones.

4.2 CONTENIDOS TRANSVERSALES

Según dispone artículo 6 del Decreto 110/2016, de 14 de Junio por el que se establece la ordenación y el currículo del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Andalucía, el currículo incluirá de manera transversal los siguientes elementos:

b) El desarrollo de las competencias personales y las habilidades sociales para el ejercicio de la participación, desde el conocimiento de los valores que sustentan la libertad, la justicia, la igualdad, el pluralismo político y la democracia.

d) El fomento de los valores y las actuaciones necesarias para el impulso de la igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres, el reconocimiento de la contribución de ambos sexos al desarrollo de nuestra sociedad y al conocimiento acumulado por la humanidad, el análisis de las causas, situaciones y posibles soluciones a las desigualdades por razón de sexo, el respeto a la orientación y a la identidad sexual, el rechazo de comportamientos, contenidos y actitudes sexistas y de los estereotipos de género, la prevención de la violencia de género y el rechazo a la explotación y abuso sexual.

e) El fomento de los valores inherentes y las conductas adecuadas a los principios de igualdad de oportunidades, accesibilidad universal y no discriminación, así como la prevención de la violencia contra las personas con discapacidad.

g) El perfeccionamiento de las habilidades para la comunicación interpersonal, la capacidad de escucha activa, la empatía, la racionalidad y el acuerdo a través del diálogo.

h) La utilización crítica y el autocontrol en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación y los medios audiovisuales, la prevención de las situaciones de riesgo derivadas de su utilización inadecuada, su aportación a la enseñanza, al aprendizaje y al trabajo del alumnado, y los procesos de transformación de la información en conocimiento.

k) La adquisición de competencias para la actuación en el ámbito económico y para la creación y desarrollo de los diversos modelos de empresas, la aportación al crecimiento económico desde principios y modelos de desarrollo sostenible y utilidad social, la formación de una conciencia ciudadana que favorezca el cumplimiento correcto de las obligaciones tributarias y la lucha

contra el fraude, como formas de contribuir al sostenimiento de los servicios públicos de acuerdo con los principios de solidaridad, justicia, igualdad y responsabilidad social, el fomento del emprendimiento, de la ética empresarial y de la igualdad de oportunidades.

4.3 CONTENIDOS DE INTERDISCIPLINARIEDAD.

Esta unidad tiene relación con las siguientes áreas:

- Con Historia de España: dentro de ésta unidad estudiamos la evolución histórica del concepto de empresa, lo que implica que parte de estos conceptos pueden haber sido visto en dicha asignatura.
- Con Tecnologías de la Información y la Comunicación II: La constitución de empresas a través de medios informáticos supone la posibilidad de realizar dicho trámite de forma rápida y sencilla, o bien realizar gestiones bancarias, de trabajadores o de multitud de áreas dentro de la empresa a través de Internet. Para todo ello será necesario poseer cierta destreza de algunas herramientas informáticas, tales como hojas de cálculo, procesadores de textos, certificados digitales...
- Con Matemáticas Aplicadas a las Ciencias Sociales II: apoyado en ésta materia podemos calcular los costes iniciales de creación de una empresa así como comparar las diferentes alternativas para ver la forma jurídica más adecuada a nuestras necesidades.

5. COMPETENCIAS

A efectos del R.D. 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato, las competencias clave que debe adquirir un alumno en el transcurso del proceso de enseñanza aprendizaje son siete. En esta unidad didáctica, pretendemos que los alumnos trabajen y consigan cinco de las siete competencias clave propuestas:

- 1) Competencia en comunicación lingüística. El alumno desarrollará ésta competencia durante toda la unidad puesto que en ella se llevarán a cabo debates, exposiciones e intervenciones orales, así como esquemas y

resúmenes de la misma. En ésta unidad realizaremos un role-playing sobre situaciones reales para afrontar el proceso de toma de decisiones dentro de una empresa, implicando de una forma más directa a nuestro alumnado dándoles una visión más práctica de la asignatura.

- 2) Competencia digital. A través de la utilización de diferentes aplicaciones informáticas los alumnos aprenderán a crear una empresa de forma online, así como a utilizar hojas de cálculo para la realización de informes, tablas y agrupación de datos. Con ello se pretende que los alumnos puedan aplicar las herramientas digitales en el ámbito digital.
- 3) Aprender a aprender. Los alumnos tratarán diferente información en las tareas propuestas de investigación que tendrán que procesar, clasificar y organizar de forma autónoma. Dándoles la oportunidad de que sean ellos quien deban buscar información y exponerla de forma efectiva.
- 4) Competencias sociales y cívicas. Los alumnos realizarán actividades de grupo cooperativo para los contenidos relacionados con la responsabilidad social y ética de las empresas, así como su responsabilidad con el medio ambiente, actividades que permitirán a los alumnos adquirir dicha competencia intentando que el alumno comprenderá que la empresa a parte de obtener un beneficio también debe intentar alcanzar otros objetivos sociales.
- 5) Sentido de iniciativa y espíritu emprendedor. Esta unidad junto a la planificación empresarial es precisamente la base teórica para futuros emprendedores. En ella se proporcionan los conocimientos empresariales básicos y esenciales para poner en marcha una empresa así como para ver el grado de éxito o fracaso que nuestra que la idea posea. Durante todo el curso y comenzando en ésta unidad, cada alumno realizará su propio plan de empresa aplicando los conocimientos que se vayan enseñando en cada unidad.

6. METODOLOGIA Y RECURSOS DIDÁCTICOS

En éste epígrafe se va a desarrollar la **metodología** que va a ser utilizada en ésta unidad didáctica para poner en práctica todos los conocimientos teóricos que debe aprender nuestro alumnado. Con estas herramientas lo que se pretende es que la interiorización de determinados conceptos se haga de forma fácil y mostrando una aplicación práctica en la vida real.

En nuestra unidad didáctica intentaremos que los contenidos tengan una estructura clara y organizada teniendo en cuenta el nivel del alumnado e intentar aumentar la motivación de los mismo, puesto que de ella dependerá en gran medida obtener unos buenos resultados.

A la hora de establecer la metodología y los recursos a utilizar debemos tener en cuenta que nos dirigimos a estudiantes adolescentes, faltos de madurez, por lo que utilizaremos ejemplos cercanos y visibles para que les cueste menos comprender los contenidos.

6.1 TIPOS DE METODOLOGÍA

Los métodos de enseñanza o estrategias didácticas son el camino, es decir, el conjunto de pasos que se siguen para llegar a una meta o fin. En nuestra unidad didáctica combinaremos diferentes estrategias intentando que éstas sean lo más activas posibles para captar la atención y el interés del alumno, lo que finalmente nos proporcionará una mayor implicación y participación de los mismos en el aula.

Debemos tener en cuenta que esta unidad didáctica es la primera unidad del bloque I de Economía de la empresa, con lo cual será una unidad introductoria y de toma de contacto con conceptos nuevos así como recapitulación de conceptos previos.

▪ *Estrategia Expositiva*

Este método consiste en la presentación de los contenidos a modo de “clase magistral”. Este tipo de estrategia lo utilizaremos para introducir conceptos nuevos y no será utilizada más de 20-25 minutos. Concretamente el método expositivo lo utilizaremos en la sesión 2 (25´) para explicar el epígrafe 1, en la sesión 3 (20´) para explicar la influencia del entorno y la responsabilidad social de la empresa, en la sesión 4 (20´) donde desarrollamos la localización y dimensión de la empresa y en la sesión 5 (25´) para abordar el último epígrafe del tema.

Como se desprende de nuestra temporalización este tipo de “clases magistrales” se utilizan para abordar la teoría pero no se utilizan más de 20-25 minutos porque perderíamos la atención de los alumnos. Intentaremos alternarla con diálogos, ejemplos... para intentar amenizar, en la medida de lo posible la enseñanza de los conceptos principales. Es importante remarcar a los alumnos las ideas principales y hacer una explicación clara de los conceptos a transmitir, así como comprobar con una recapitulación que los contenidos han sido asumidos. Por dicha razón en nuestras sesiones los primeros 5 minutos los dejamos para recapitular lo realizado en la clase anterior.

- *Métodos interactivos o estrategia de indagación.*

Se trataría de una enseñanza centrada en el estudiante, y donde debemos tener en cuenta que partimos de la idea de que la enseñanza es adquirida poco a poco por el estudiante y no es un proceso unidireccional donde ofrecemos los conocimientos y estos son directamente interiorizados por el alumno. Normalmente este tipo de método más activo tiene mayor eficacia, ya que requiere la participación de los alumnos. Nuestra unidad didáctica incluye en todas las sesiones éste tipo de método.

- Métodos reproductivos: el profesor transmite el conocimiento y los estudiantes deben aplicarlos. En nuestra unidad didáctica lo ponemos en práctica en la sesión 2 con la propuesta de actividades.
- Métodos productivos: los conocimientos nuevos son adquiridos como resultado de una actividad creadora, intrínsecamente relacionado con la competencia de “aprender a aprender”. Nosotros simplemente guiaremos ese aprendizaje autónomo. En nuestra unidad didáctica tenemos dos actividades de investigación que se proponen en la sesión 3, una de ellas consiste en el estudio de nuestro entorno más cercano y otra en observar si las empresas de nuestro entorno aplican alguna política de responsabilidad social. También realizaremos un debate sobre la deslocalización o no de las empresas. En la sesión 6 realizaremos ejercicios prácticos en el aula de informática y finalmente en la sesión 7 deberán comenzar a elaborar un plan empresarial de alguna idea aportada por ellos.

- *Aprendizaje significativo*

Se trata de realizar una simbiosis entre conocimientos previos, conocimientos nuevos y relación con situaciones cotidianas. Lo realizamos en la sesión 6 cuando hagamos cuestionarios prácticos en el aula de informática.

- Metodología “Clase invertida”

En muchas ocasiones utilizaremos la plataforma classroom para que los alumnos dispongan de los conceptos teóricos expuestos de forma audiovisual y las actividades a realizar de forma previa a trabajarlos en clase. De esta manera podremos utilizar el tiempo en clase de forma más efectiva y además comprobaremos mediante la observación en clase el nivel de compromiso que los alumnos tienen con la asignatura, ya que con este método los alumnos deben traer preparado y estudiado el contenido que se va a trabajar en clase.

6.2 RECURSOS DIDÁCTICOS

En cuanto a las herramientas educativas que utilizaremos para el desarrollo de nuestra unidad distinguiremos entre diferentes tipos de recursos:

- Recursos didácticos convencionales:
 - Libro de texto: nosotros seguiremos de forma más o menos fiel el libro de McGraw-Hill de Economía de la empresa para 2º Bachillerato.
 - Artículos de prensa: una de las actividades consiste en analizar una noticia económica, aunque dependiendo del tiempo utilizaremos de forma más o menos recurrente éste recurso. Este recursos también nos va a servir como actividades de ampliación para aquellos alumnos con altas capacidades y también como recurso alternativo para aquellos que no hayan superado la unidad y quieran participar en el sistema de recuperación marcado.
 - Comic/Viñeta: Para explicar determinados conceptos o ideas y que sean asimilados de forma más rápida y eficaz por parte del alumnado nos apoyaremos en éste recurso impreso.
 - Glosario de términos: durante todo el curso iremos confeccionando nuestro propio diccionario financiero para plasmar los conceptos claves de cada unidad. Los alumnos serán los encargados de buscar información sobre un término financiero para finalmente el/ella proponer su propia definición.

- Recursos Tecnológicos: teniendo en cuenta la creciente importancia que qué están adquiriendo las nuevas tecnologías en todos los ámbitos de nuestras vidas, tenemos la obligación de fomentar su uso en el ámbito de la educación, ayudándonos de las herramientas disponibles para transmitir los conocimientos de una manera más eficaz. En nuestra unidad utilizaremos los siguiente recursos tecnológicos:
 - Recursos audiovisuales
 - ✓ Vídeos: al final de la unidad se va a reproducir un vídeo, cuyo fin es intentar fomentar la motivación y el espíritu emprendedor de los alumnos. Posteriormente al visionado del mismo lo comentaremos individual y colectivamente.
 - ✓ Diapositivas informatizadas: un recurso que nos da la posibilidad de exponer contenido de forma más grafica. Todas las unidades dispondrán de un PowerPoint como apoyo/resumen de los contenidos del tema.
 - Recursos informático y Tic:
 - ✓ Classroom: plataforma que sirve para intercambiar información con los alumnos y darle recursos para realizar actividades. También utilizaremos esta plataforma para exponer información que queramos sea conocida por todos. Este recursos nos ofrece la posibilidad de dar información acerca de actividades, clases específicas, subir cuestionarios, evaluaciones, propuesta de tareas.... En general es un recursos que nos ofrece multitud de opciones tanto para evaluar como para hacer un seguimiento del alumnado. Este recurso se utilizará durante todo el curso no limitándose únicamente a esta unidad.
 - ✓ Webquest: con este recurso el alumno debe realizar una serie de tareas, con unos materiales determinados que ya han sido analizados previamente por el profesor.

7. ACTIVIDADES Y TAREAS

Las actividades que se llevaran a cabo durante toda la unidad, deben ser previamente analizadas, desarrolladas y elaboradas por nosotros, de tal manera que consigamos a través de su realización transmitir los conocimientos de la manera más eficaz posible. Es importante que programemos de forma exhausta y metódica las actividades que realizaremos ya que estas deberán adecuarse al tipo de contenido que queramos impartir. Una buena elección tanto en cantidad como en la calidad de las tareas y actividades a realizar nos permitirá alcanzar unos mejores resultados.

7.1 ACTIVIDADES INICIACIÓN-MOTIVACIÓN

En la sesión 2, según he dispuesto la temporización de la unidad, realizaremos un *brainstorming* donde se pretende que los alumnos pongan en común los conocimientos previos que tiene cada uno acerca del tema así como generar nuevas ideas de negocio o identificar necesidades no cubiertas en nuestro entorno. Haremos preguntas muy generales cuyo objetivo fundamental será conseguir la atención del alumno y despertar su curiosidad acerca de los contenidos que vamos a ver en la unidad. Las preguntas que plantearía a los alumnos para una primera toma de contacto con el tema serían las siguientes:

- ¿Que es una empresa? ¿Para qué sirve?
- ¿Alguien tiene algún familiar o conocido que tenga su propia empresa? ¿Qué forma jurídica ha adoptado?
- ¿Crearías tu propia empresa? ¿En qué consistiría?
- ¿Crees que es fácil crear tu propia empresa?
- Si pudieras elegir una empresa como modelo a seguir, ¿cuál sería? ¿Porque?

Como se puede comprobar con esta actividad lo que se pretende es observar cual es el nivel de conocimiento de partida y generar curiosidad a los alumnos sobre el contenido de la unidad para conseguir que estos se impliquen en mayor medida en todas las actividades y tareas que se propongan.

7.2 ACTIVIDADES DE DESARROLLO

Las actividades de desarrollo tienen como finalidad desarrollar los distintos contenidos propuestos para alcanzar los objetivos y la mejora de las competencias básicas (Bachillerato) o la adquisición de las competencias profesionales (FP).

- En la sesión 2 propongo las siguientes actividades para comprobar que el concepto de empresa así como sus objetivos, elementos y funciones han quedado claros:
 - ✓ Glosario de términos: durante todo el curso iremos completando un diccionario financiero, para ello sortearemos entre todos los alumnos las distintas letras del abecedario quedando responsable cada uno de anotar en dicho glosario los terminos que comiencen por la letra que por sorteo les ha sido asignada.
- En la sesión 3 y tras explicar la influencia del entorno en la empresa, lo cual se corresponde con el Epígrafe 2 de nuestra unidad, propongo a los alumnos dos actividades de investigación, una se expondrá de forma oral y la otra se trabajará en clase.
 - La actividad de investigación 1 consiste en analizar cada una de las empresas de nuestro entorno más cercano, indicando a qué sector de actividad se dedica, qué forma jurídica tiene, que necesidad cubre, cuantos años lleva en activo, indicar si es de origen familiar o no y si tiene empleados o no indicando cuantos en caso afirmativo. Para evitar la duplicidad de datos y realizar trabajos innecesarios asignaremos a cada alumno una zona concreta de nuestro entorno. Tras la recogida de los datos, haremos una puesta en común de los mismos y los agruparemos en una hoja de cálculo de Excel para poder trabajar con ellos posteriormente. Queda patente la interdisciplinariedad de esta actividad con la asignatura de Matemáticas II puesto que es necesario dominar ciertos cálculos matemáticos para poder trabajar con los datos obtenidas en esta actividad.

Esta actividad se realizará con una webquest para que el trabajo se haga de forma más efectiva.

- La siguiente actividad de investigación consiste en averiguar si nuestras empresas más cercanas adoptan alguna medida de compresión social, es decir, el grado de responsabilidad social corporativa de las empresas de nuestro entorno, y de ser así indicar en qué consiste. En caso de no encontrar un ejemplo en nuestro entorno más cercano, escoger una

empresa cualquiera. También deberán analizar que acciones responsables son llevadas a cabo en su entorno, como por ejemplo donaciones, voluntariado, grupo de ayuda, etc. Los resultados de ésta actividad se expondrán de forma oral por cada alumno. El alumno podrá apoyarse en recursos audiovisuales si lo considerase oportuno

- En la sesión 4 y tras explicar el concepto de deslocalización, realizaremos en los últimos 10 minutos de la clase un debate sobre el tema. Dividimos la clase en dos grupos. Unos deben defender argumentos a favor de la deslocalización y otros en contra. Yo seré la encargada de moderar el debate. Para la evaluación del mismo utilizaré una lista de cotejo e iré evaluando el nivel de participación en clase. Para introducir la actividad lanzaré una batería de preguntas que ellos deberán contestar según la posición que les haya tocado defender, que por cierto será asignada al azar.
- En la sesión 6 iremos al aula de informática para poner comprobar como las empresa incorpora las nuevas tecnologías a su día a día. En esta sesión mostraremos a los alumnos como se realizan los trámites por Internet para la creación de una empresa, así como enseñarles a trasladar e interpretar los datos obtenidos en la actividad de investigación del entorno propuesta en la sesión 3 sobre las empresas que actúan cerca de nosotros. También veremos un modelo para que las PYMES registren sus ingresos y gastos de una forma fácil y cómoda.
- En la sesión 7 se reproducirá un vídeo donde se muestran diferentes roles sobre el emprendimiento. Posteriormente dividiré la clase en grupos de 3-4 persona donde después de ver el video deberán repartirse los roles que en el vídeo se exponen. Con ello pretendo que los alumnos sean conscientes de que se pueden adoptar diferentes aptitudes ante un mismo problema y que todos son aceptables.
 - <https://www.educaixa.com/-/emprender-tu-puedes-emprender-una-actividad-en-equipo>

En ésta sesión también se visionará un video sobre espíritu emprendedor y tecnología. Caso Jordan. Intentaré captar la atención de los alumnos y demostrarles que no hay límites para lo que uno se proponga y espero motivarlos con este video.

<https://www.youtube.com/watch?v=AlZ8h9CCEm0>

7.3 ACTIVIDADES DE CONSOLIDACIÓN

- Tanto en las sesiones 3,4 y 5 los primeros 5 minutos de la clase los dedicamos a realizar una recapitulación del contenido explicado en las sesiones anteriores para comprobar que los conceptos han quedado claros.
- En la sesión 5 también haremos un esquema-resumen donde se incluyan los contenidos más importantes del tema. Este se irá realizando en la pizarra y se irá completando entre toda la clase de forma oral y a través de preguntas sencillas que lleven a los alumnos/as a deducir los conceptos más importantes. Con esta actividad se pretende que de forma sencilla los alumnos tengan una idea global del tema.
- La realización de un plan empresarial, es una de las actividades propuestas para ir desarrollándola durante todo el curso. Cada alumno/a pensará en una idea de negocio y unidad tras unidad iremos incluyendo todas las ideas y conceptos a éste plan. Por tanto y dado que ésta es la primera unidad propondré a los alumnos que piensen en su idea de negocio y analicen el entorno donde se van a ubicar su empresa. Segundo de bachillerato es un curso estresante y falto de tiempo debido a todo el contenido que se tiene que impartir y a la prueba final a la que tienen que hacer frente los alumnos que quieran continuar sus estudios en la universidad. Pese a ello yo he diseñado esta actividad con la idea de dedicarle una parte breve de tiempo en cada unidad porque considero que la adecuada elaboración de un plan de empresa es una herramienta que les puede servir tanto académica como laboralmente en un futuro, y quizás con el tiempo deban acudir a ella para ponerla en práctica.

7.4. ACTIVIDADES DE APOYO/REFUERZO

Con éstas actividades lo que se pretende es, a partir del diagnóstico previo de los alumnos, adecuar los ritmos de aprendizaje y las actividades a cada uno de ellos. Como comentamos en la contextualización del centro y más concretamente en las características del alumnado, en nuestra clase existía un alumno con necesidades

específicas de apoyo educativo. Por dicha razón y con el fin de atender a las necesidades de cada uno, se propondrá a este alumno la realización en casa de *fichas de repaso* de los contenidos dados en clase para que pueda consolidar los nuevos conceptos de una forma más efectiva.

7.5 ACTIVIDADES DE AMPLIACIÓN

Con este tipo de actividades se pretende ofrecer al alumno tareas de mayor complejidad, puesto que éstos han superado satisfactoriamente las establecidas para su nivel. Dentro de nuestro alumnado también teníamos a una alumna con altas capacidades. Para evitar que tenga tiempo ocioso se propondrá a dicha alumna la realización de la lectura, comentario y conclusiones del siguiente texto.

<http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/7149626/11/15/El-compromiso-con-la-sociedad-y-el-medio-ambiente-es-rentable.html>

Otra actividad propuesta sería la de tutorizar y servir de apoyo al alumno con necesidades específicas, situándolo a su lado en clase para que ambos se ayuden mutuamente siendo bueno en un caso tener una ayuda extra y en el otro caso que nuestra alumna pueda sentirse útil enseñando a otra persona los conceptos que para ella son adquiridos de forma sencilla.

7.6. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Al final de cada unidad se realizará un examen teórico-práctico, la parte teórica consistirá en un tipo test de 10 preguntas (cada 2 mal resta una bien, las que estén en blanco no puntúan), 3 preguntas cortas y 1 supuesto práctico. Esta estructura de examen puede variar en función de la complejidad y carga práctica de la unidad a estudiar.

Además de la prueba final, también serán evaluables el resto de actividades propuestas y realizadas durante todas las sesiones de ésta unidad.

7.7. ACTIVIDADES DE RECUPERACIÓN

El alumno que no haya logrado superar la evaluación de la unidad didáctica deberá realizar un trabajo monográfico relacionada con alguna noticia de actualidad sobre el tema pendiente de recuperar, que de forma voluntaria podrá ser expuesto en clase y superar un examen tipo test.

El trabajo monográfico consistirá en el análisis, estudio, documentación, desarrollo y opinión crítica sobre una noticia de actualidad relacionada con la unidad que deba recuperar. El alumno podrá elegir la noticia sobre la que versará su trabajo siempre y cuando, una vez revisado el material, se dé el visto bueno. Su exposición en clase será puntuada de forma positiva en la nota final.

La segunda actividad de recuperación será un examen tipo test con 10 preguntas. Existe penalización, 3 respuestas incorrectas resta una correcta.

7.8 ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

1. Actividades Complementarias

Se ha propuesto al departamento de economía, que al finalizar el la tercera unidad y por tanto los contenidos del Bloque I, se realice una visita a una empresa de nuestro entorno, todavía por confirmar. Por lo que respecta a los contenidos de ésta unidad, los alumnos deberán preguntar e intentar obtener la mayor información posible sobre la localización y dimensión de la empresa, su responsabilidad social corporativa, sus objetivos, elementos y funciones... para ello se elaborará un dossier donde se recoja información previa de la empresa, y un cuestionario que todos los alumnos deberán completar según las respuestas dadas por la empresa y que trabajaremos posteriormente en clase.

7.9 RESUMEN ACTIVIDADES

Tabla 1. Resumen de actividades.

SESIÓN 1	45` Prueba inicial</p> <p>15` Explicamos el contenido que encontraremos en ésta UD.	Presentación Classroom y matriculación de alumnos.
SESIÓN 2	15` Brainstroming</p> <p>15` Realizamos una introducción del tema aplicado a nuestro entorno. 25` Explicar el concepto de empresa, sus objetivos, elementos y funciones.</p> <p>5` Propongo actividades.	• Lanzamiento de preguntas relacionadas con los contenidos de la unidad. • Actividades: glosario de términos económico/financieros
SESIÓN 3	5` Recapitulamos la sesión 2.</p> <p>5` Resolvemos dudas del día anterior. 15` Corregimos actividades indicadas en la sesión 1.</p> <p>20` Explicar la influencia del entorno en la empresa y la responsabilidad social de la empresa (Epígrafe 2) 15` Propuesta de dos Actividades de investigación del entorno.	Recapitulación Act. de investigación 1 (Webquest) Entorno Actv.de investigación 2 (Responsabilidad social empresas del entorno)
SESIÓN 4	5` Recapitulación sesión anterior.</p> <p>20` Clase Magistral: epígrafe 3, localización y dimensión de la empresa. 20' Exposición oral de actividades de investigación. 15` Debate: ¿Deslocalización si o no?	- Recapitulación - Exposición oral (Responsabilidad social de nuestras empresas más cercanas) - Debate

SESIÓN 5	5' Recapitulamos los conceptos de la sesión 4. 25' Clase magistral: Epígrafe 4. La empresa y las TIC's. 15' Esquema/Resumen de los contenidos más importantes del tema. 15' Resolvemos dudas del tema.	- Recapitulación - Esquema/Resumen.
SESIÓN 6	60' Aula de informática. Trámites online para creación de empresas y utilización de hojas de cálculo para registrar los datos de la actividad de investigación indicada en la sesión 3.	- Ejercicios en equipos informáticos.
SESIÓN 7	35' Reproducción Video y por grupos comentar el mismo. 25' Comenzar nuestro Plan empresarial.	- Material audiovisual. - Elaboración plan empresarial
SESIÓN 8	60' Prueba final de la Unidad didáctica. (Se realizará una prueba de recuperación para aquellas personas que no logren superar ésta unidad).	- Prueba teórica

8. ESTRATEGIAS/TRATAMIENTO DE LA DIVERSIDAD

Tal y como se describió en la contextualización del alumnado, en nuestra clase existían tres alumnos con necesidades educativas especiales:

- Una alumna con discapacidad auditiva
- Un alumno con necesidades específicas de apoyo
- Una alumna con altas capacidades.

Con las medidas que se propondrán lo que se pretende es equiparar los ritmos de aprendizaje y evitar que los alumnos no avancen o se retrasen por no haber planificado correctamente el tratamiento de estas necesidades.

Alumna con discapacidad auditiva. Medidas

- Mostrar los contenidos a través de diapositivas.
- Colocar a dicha alumna en primera fila.
- Intentar impartir la clase posicionada frente a ella para que la alumna tenga la posibilidad de seguir la clase leyendo los labios.
- Hablar con un tono elevado y de forma pausada.

Alumno con necesidades específicas de apoyo.

- Se reforzará todo lo visto en clase con fichas de repaso que realizará en casa.
- Será ayudado por aquellos alumnos/as más aventajados.

Alumna con altas capacidades

- Se propondrá que tutorice a alumnos con un ritmo de aprendizaje menor sirviendo de ayuda a aquellos que lo necesiten.
- Actividades de ampliación: lecturas opcionales, lecturas con un mayor grado de complejidad, comentarios de textos...

9. TEMPORALIZACIÓN

La unidad didáctica se desarrollará en 8 sesiones de 60 minutos de duración cada una, distribuidas de la siguiente manera.

SESIÓN 1	45' → Prueba inicial 15' → Explicamos el contenido que encontraremos en ésta UD.
-----------------	---

SESIÓN 2	15' → Brainstroming 15' → Realizamos una introducción del tema aplicado a nuestro entorno. 25' → Explicar el concepto de empresa, sus objetivos, elementos y funciones. 5' → Propongo actividades.
SESIÓN 3	5' → Recapitulamos la sesión 2. 5' → Resolvemos dudas del día anterior. 15' → Corregimos actividades indicadas en la sesión 1. 20' → Explicar la influencia del entorno en la empresa y la responsabilidad social de la empresa (Epígrafe 2) 15' → Propuesta de dos Actividades de investigación del entorno.
SESIÓN 4	5' → Recapitulación sesión anterior. 20' → Clase Magistral: epígrafe 3, localización y dimensión de la empresa. 20' → Exposición oral de actividades de investigación. 15' → Debate: ¿Deslocalización si o deslocalización no?
SESIÓN 5	5' → Recapitulamos los conceptos de la sesión 4. 25' → Clase magistral: Epígrafe 4. La empresa y las TIC's. 15' → Esquema/Resumen de los contenidos más importantes del tema. 15' → Resolvemos dudas del tema.
SESIÓN 6	60' → Aula de informática. Trámites online para creación de empresas y utilización de hojas de cálculo para registrar los datos de la actividad de investigación indicada en la sesión 3.
SESIÓN 7	35' → Reproducción Video y por grupos comentar el mismo. 25' → Comenzar nuestro Plan empresarial.
SESIÓN 8	60' → Prueba final de la Unidad didáctica. (Se realizará una prueba de recuperación para aquellas personas que no logren superar ésta unidad).

10. EVALUACIÓN

La evaluación es un elemento fundamental del proceso enseñanza-aprendizaje. Nos permite comprobar la eficacia de la programación y en qué grado hemos alcanzado los objetivos propuestos.

10.1 TIPOS DE EVALUACIÓN

Para llevar a cabo el seguimiento de la adquisición de los conocimientos propuestos realizaré las siguientes pruebas.

- ❖ Inicial: para saber el nivel de partida y actuar en consecuencia realizaremos una prueba inicial que nos determinará el nivel que nuestros alumnos tienen en relación a los contenidos que veremos en la unidad didáctica. Sus resultados nos servirán de ayuda para obtener una visión global sobre los conocimientos que nuestros alumnos tienen del tema y para programar las actividades que se realizarán durante esa unidad. Nosotros realizaremos una prueba inicial en la primera sesión dado que nuestra unidad es la primera. En las demás unidades no realizaremos este tipo de prueba puesto que ya se parte de una base determinada definida en la primera unidad.
- ❖ Formativa o procesual: con su realización se pretende alcanzar el objetivo de perfeccionar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Para ello llevaremos a cabo una revisión de las tareas propuestas en las diferentes sesiones, comprobando si los alumnos están asimilando de forma correcta los contenidos propuestos. Esta evaluación nos suministra información a tiempo real lo que nos permite ir adaptando nuestras sesiones futuras según los resultados que vayamos obteniendo. Si observáramos alguna dificultad en el proceso de aprendizaje, deberíamos averiguar las causas y marcar las soluciones adaptando nuestra programación y en consecuencia las actividades.
- ❖ Final: se utiliza como un referente a la hora de conocer en qué medida el alumno/a ha interiorizado los nuevos conceptos, procedimientos y actitudes propuestos. En el caso particular de no ser así marcaremos las medidas de refuerzo necesarias para solventar la dificultad de adquisición de dicho contenido, proporcionando al alumno las actividades que consideremos

necesarias. El alumno podrá volver a examinarse de dicho contenido a través de un procedimiento extraordinario de evaluación.

Es necesario que todos los alumnos conozcan cuales serán los procedimientos e instrumentos de evaluación para que de esta forma ellos tengan claro hacia donde tienen que dirigir su esfuerzo. Por tanto no solamente tenemos que indicar cuales son los contenidos que se van a desarrollar, sino que debemos dejar claro desde el principio, que es lo que vamos a exigirles y que herramientas y criterios se utilizarán para comprobar en que grado se ha conseguido los objetivos propuestos

El hecho de evaluar utilizando la evaluación continua nos permite ir observando en qué medida el alumno va adquiriendo los conocimientos y si existieran dificultades poder solventar las mismas de manera más rápida, permitiendo que el alumno no se estanque y pueda continuar con el proceso de aprendizaje de forma adecuada. Según nos indica nuestra legislación actual en materia de educativa, no sólo debemos a través de la evaluación ver en qué grado se han conseguido la consecución de los objetivos sino que también debemos verificar la adquisición de las competencias asociadas a cada criterio de evaluación.

10.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Los criterios de evaluación nos los marca la Orden de 14 de Julio de 2016, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se regulan determinados aspectos de la atención a la diversidad y se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado.

1. Describir e interpretar los diferentes elementos de la empresa, las clases de empresas y sus funciones en la Economía, así como las distintas formas jurídicas que adoptan relacionando con cada una de ellas las responsabilidades legales de sus propietarios y gestores y las exigencias de capital. CCL, CAA, CSC, SIEP.

2. Identificar y analizar los rasgos principales del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellos, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad. CCL, CAA, CSC, CD, SIEP.

En el ANEXO I se muestra una tabla relacionando la sesión, los contenidos, los objetivos, competencias y estándares de aprendizaje.

Por tanto nuestros esfuerzos, actividades y materiales docentes utilizados deben ir dirigidos a que el alumno adquiera los conocimientos y competencias arriba referenciadas.

10.3 ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES.

Para comprobar que los conocimientos están siendo adquiridos por los alumnos utilizaremos unos estándares de aprendizajes que nos indicarán en qué medida el proceso de aprendizaje esta siendo el adecuado. En el caso de nuestra unidad didáctica dicho proceso lo evaluaremos según el grado de consecución de los criterios de evaluación de acuerdo a los siguientes logros.

Así para considerar superado el primer criterio de evaluación el alumno deberá ser capaz de:

1.1. Distinguir las diferentes formas jurídicas de las empresas y las relaciona con las exigencias de capital y responsabilidades para cada tipo.

1.2. Valorar las formas jurídicas de empresas más apropiadas en cada caso en función de las características concretas aplicando el razonamiento sobre clasificación de las empresas.

Por otra parte el segundo criterio será evaluado de acuerdo a la consecución de los siguientes logros:

2.1. Identificar los diferentes tipos de empresas y empresarios que actúan en su entorno así como la forma de interrelacionar con su ámbito más cercano.

2.2. Analizar la relación empresa, sociedad y medioambiente. Valora los efectos, positivos y negativos, de las actuaciones de las empresas en las esferas social y medioambiental.

2.3. Analizar la actividad de las empresas como elemento dinamizador y de progreso y valora su creación de valor para la sociedad y para sus ciudadanos.

10.4 PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN.

A través de estos procedimientos el alumno podrá demostrar cual está siendo su nivel de comprensión de los contenidos de la unidad en relación a los criterios anteriormente expuestos.

1. Exposiciones orales
2. Observación de actitud y participación en clase.
3. Pruebas teórico-prácticas.
4. Realización de tareas y trabajos en casa.

10.5 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.

Teniendo en cuenta las recomendaciones marcadas en la normativa educativa, lo que se pretende es desarrollar gran cantidad de instrumentos que nos permitan en cada momento obtener información precisa y necesaria para juzgar de manera adecuada el aprendizaje adquirido por los alumnos. Debemos ser conscientes de que los diferentes instrumentos de evaluación pretende dar respuesta a la variedad de contenido que cada unidad posee. Además tendremos que analizar la idoneidad de utilizar uno u otro instrumento en función de la complejidad del contenido.

Los instrumentos de evaluación garantizan a los estudiantes información clara y objetiva sobre lo que se espera de ellos así como el grado de consecución de los mismos. Es importante que conozcan de antemano que contenidos serán evaluados y a través de qué instrumentos.

Sabiendo esto, los instrumentos que nosotros utilizaremos en nuestra unidad didáctica serán:

1. Exposiciones orales: durante las exposiciones y debates que tendrán lugar a lo largo de las diferentes sesiones comprobaremos la fluidez verbal, la riqueza léxica y la participación del alumnado en la actividad. Las exposiciones orales podremos evaluarlas mediante rúbricas.
2. Observación de actitud y participación en clase: a través del registro anecdótico o el cuaderno del profesor podremos ver cómo se comportan los alumnos durante el desarrollo de las clases, observar su actitud, interés y esfuerzo. Se valorará la participación activa, realización de ejercicios de logro de las mismas.

3. Pruebas teórico-prácticas: inicial, formativa y final que nos ayudarán a conocer el nivel de asimilación de los conceptos del tema por parte del alumnado.
4. Realización de tareas y trabajos en casa. Se verificará que las actividades propuestas para su realización en la casa se hayan hecho.

10.6 SISTEMA DE EVALUACIÓN

En el sistema de evaluación comprobaremos tanto la evolución en la adquisición de conocimientos como de las competencias.

La puntuación se ponderará de la siguiente manera.

Tabla 2. Evaluación y ponderación de las actividades y pruebas.

Exposiciones Orales (5%)	En esta unidad didáctica se realizan varias actividades de exposición oral: - Actividad de investigación del entorno. - Debate El profesor deberá evaluar dichas actividades mediante rúbricas atendiendo al logro de los siguientes aspectos: - Compresión de los contenidos. - Riqueza léxica - Fluidez. - Respeto a los compañeros/as.
Observación de actitud y participación en clase (10%)	De forma regular se mandará a los alumnos actividades para trabajar en clase, en casa o en equipo. La nota de este apartado dependerá de la participación y aptitud que los alumnos tengan frente a las actividades y de lo resolutivos. El profesor para obtener la nota final deberá: - Corregir las actividades - Anotar la corrección de los ejercicios. - Observar cómo se comporta el alumno para

	con sus compañeros. Para poder evaluarlo el profesor se valdrá del cuaderno del profesor, en el que se harán las anotaciones pertinentes.
Pruebas Teórico-prácticas (80%)	Se realizará una prueba teórico-práctica durante la unidad. Dicha prueba servirá al profesorado para ver en qué medida están siendo asimilados los conceptos y comprobar las desviaciones y actuar rápidamente para solventar dicho problema. La calificación mínima para poder hacer media un examen con el resto es de 4 puntos. Si no se alcanzase dicho objetivo la unidad se da por suspensa y el alumno deberá superar el proceso de recuperación. Para que se dé por superada la prueba el alumno deberá poseer de media 5 puntos. Se realizará un tipo test de 10 cuestiones (cada 3 mal resta una bien) y 5 supuestos prácticos. La parte teórica representa el 60% d y la parte práctica el 40% de la nota correspondiente a pruebas teórico-prácticas.
Realización de Tareas y Trabajos en casa (5%)	El alumno deberá realizar en casa las tareas que le sean mandadas. En nuestro caso en las sesiones 2 y 3 se proponen actividades para casa y también se establece la realización de varias actividades de investigación. - Cuaderno del Profesor

Para superar la unidad será necesario alcanzar como mínimo un 5. En caso de no superar la unidad se dará la oportunidad al alumno de superarla mediante

10.6 SISTEMA DE RECUPERACIÓN

Al final de cada unidad didáctica el alumno que no haya logrado superar la misma deberá realizar el sistema de recuperación.

En primer lugar, el alumno deberá realizar un trabajo monográfico en relación a alguna noticia de actualidad relacionada con la unidad y que voluntariamente podrá exponer en clase valorándose positivamente esa exposición. Esta actividad supondrá un 40% de la nota final de recuperación.

En segundo lugar, al final de cada trimestre se realizará un examen tipo test para los alumnos que no hubieran conseguido superar alguna o todas las unidades didácticas desarrolladas durante el mismo. El examen tipo test diferirá en el número de preguntas dependiendo del número de unidades a superar. El examen tipo test consistirá en 10 preguntas tipo test por unidad, por tanto el alumno solamente deberá tener en cuenta las 10 preguntas de su tema o temas a superar en caso de tener que recuperar más de una unidad. Esta parte supondrá un 60%.

Donde y cuando se celebrará el examen de recuperación será consensuado en clase, con al menos 10 días de antelación.

En el supuesto caso de que el alumno no superase dicha prueba, para superar la asignatura deberá presentarse a la convocatoria extraordinaria debiendo únicamente examinarse de la materia no superada. La convocatoria extraordinaria consistirá en 5 preguntas tipo test y un supuesto práctico de cada unidad.

11. BIBLIOGRAFIA

- JUNTA DE ANDALUCIA. Decreto 110/2016, de 14 de junio, por el que se establece la ordenación y el currículo del Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Andalucía. BOJA, núm. 122.
- JUNTA DE ANDALUCÍA. Orden de 14 de julio de 2016, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Bachillerato en la Comunidad Autónoma de Andalucía, se regulan determinados aspectos de la atención a la diversidad y se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado. BOJA, núm. 145.
- ESPAÑA. Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato. BOE, núm. 3.
- Ridaó González, J.M. (2016). Economía de la empresa. Sevilla: Algaida.
- Ruiz Jiménez, C. (2005). *Tema 1: La empresa y el empresario*. Material no publicado. Recuperado el 5 de Octubre de 2018, de <http://www4.ujaen.es/~cruiz/diplot-1.pdf>.
- Murgado Armenteros, E.M. (2017). *Módulo: Actividades Didácticas*. Material no publicado.
- Martínez Godino, R. (2017). *Notebook: Rafael Martínez Godino*. Material no publicado.
- Obra social “La caixa” (2015). EduCaixa: Emprender tu puedes emprender una actividad en equipo. Recuperado de <https://www.educaixa.com/-/emprender-tu-puedes-emprender-una-actividad-en-equipo>.
- Cabrera Bautista, A. (2009). Economía de la Empresa, 2º Bachillerato. SM
- Marín, M (2015). El Economista: el compromiso con la sociedad y el medio ambiente es rentable. Recuperado de <http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/7149626/11/15/El-compromiso-con-la-sociedad-y-el-medio-ambiente-es-rentable.html>
- El futuro es apasionante. (2016, 8 Junio). Jordan Casey: con 16 años ya es CEO de tres empresas de tecnología [archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=AlZ8h9CCEm0>.

- Vélez-Romero, X.A y Cano-Lara, E.D. (2016). Los diferentes tipos de responsabilidad social y sus implicaciones éticas. *Dominio de las ciencias, Vol (2) núm.esp*, 117-126. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5802930.pdf>

- Barrera Duque, E. (20017). La empresa social y su responsabilidad social. *Innovar: revista de ciencias administrativas y sociales*, 17 (30) ,59-76.

- Fernández de Gatta Sánchez, Dionisio (2004, del 15-21 de noviembre). La responsabilidad social corporativa en materia ambiental. Boletín Económico de ICE, Información Comercial Española. 2824 (27-44).

- González Alcántara, O.J, Fontaneda González, I. y Camino López, M. A. (2011). La responsabilidad social universitaria en España. En M.P Bermúdez Sánchez y A. Guillén Riquelme (Ed.), VII Foro sobre Evaluación de la Calidad de la Investigación y de la Educación Superior (pp. 1049-1053). Santander: Asociación Española de Psicología Conductual.

- Enciclopedia de Clasificaciones (2017). "Tipos de empresas". Recuperado de: <https://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/4-tipos-de-empresas/>

ANEXO I.

Examen Tipo Test

- C.E.1.1. (1p) **1. La función de la empresa en el sistema económico es:**
a) Retribuir el consumo de productos
b) Aportar los factores de producción.
c) *Suministrar bienes y servicios*
- C.E.1.1. (1p) **2. El objetivo básico de la empresa es:**
a) Maximizar los beneficios.
b) *Maximizar los beneficios, minimizar los costes.*
c) Enriquecerse como sea
- C.E.1.1. (1p) **3. Di cuál de estas áreas funcionales no encontrarías en una lavandería:**
a) Recursos humanos
b) Comercial
c) *Producción*
- C.E.1.2. (1p) **4. Un cambio legal, como por ejemplo el número de horas que debe trabajar una persona a la semana, afecta a:**
a) El entorno específico de la empresa
b) *El entorno general de la empresa*
c) Tanto al entorno general como al específico.
- C.E.1.2. (1p) **5. La empresa tiene una responsabilidad social en temas como:**
a) Medio ambiente
b) Relaciones tanto con sus clientes como con sus proveedores.
c) *Con todos estos aspectos.*
- C.E.1.2. (1p) **6. Cuando dos empresas se unen perdiendo sus personalidades jurídicas y aparece otra nueva, decimos que se ha producido:**
a) *Una fusión*
b) Una absorción
c) Una participación mayoritaria en el capital
- C.E.2.1. (1p) **7. La extensión de las relaciones económicas entre diferentes países, hasta el extremo de crear una economía mundial, nos la explica la:**
a) Deslocalización

- b) Internacionalización
- c) *Globalización*

C.E.1.1. (1p) **8. No es característica de las pymes:**

- a) Poca capacidad financiera
- b) *Dependen de una empresa matriz*
- c) Creadoras de empleo

C.E.2.1. (1p) **9) Cuál de estos motivos crees que es más importante para las empresas cuando piensan en des localizarse**

- a) *minimizar costes*
- b) Buscar un clima adecuado
- c) Buscar estabilidad política

C.E.2.1. (1p) **10. La aplicación de las TIC`s en la empresa a través de Internet ha supuesto que se incremente su nivel de negociación y, por tanto, sus beneficios de forma generalizada. ¿Es cierta esta afirmación?**

- a) Falso, ya que sólo supone un incremento de gastos sin que sus ventas aumenten en ningún caso.
- b) Verdadero, puesto que las empresas siempre tienen esos resultados positivos.
- c) *Verdadero, pero siempre que esta aplicación permita a la empresa abrir nuevos mercados, acceder a más usuarios u ofrecer bienes o servicios competitivos y todo esto suponga la mejora de su capacidad económica y financiera.*

ANEXO II

Examen Práctico

Examen Caso Práctico

C.E.1.1	1. Al finalizar un ciclo superior de FP, tres compañeras deciden abrir un negocio relacionado con sus estudios. a) Propón qué actividad desarrollarán. b) ¿Qué alternativas tienen en cuanto al tipo de empresa que desean crear? c) ¿Qué objetivos se deben plantear? d) ¿De qué elementos constará la empresa?	2 puntos (0,5p) (0,5p) (0,5p) (0,5p)
C.E.1.2	2. Lola, Miguel y Jaime están pensando en abrir una casa rural en Alájar, un pequeño pueblo de la sierra de Huelva. Además de los aspectos económicos y los posibles competidores, clientes... están muy preocupados por los factores ambientales que pueden influir en el éxito del negocio. ¿Cuáles son estos factores y en qué sentido pueden afectar?	2 puntos (2p)
C.E.1.2	3. Una fábrica de cerveza lleva más de 100 años funcionando en la ciudad de Sevilla, y en consonancia con los tiempos y las nuevas preocupaciones de la sociedad se plantea practicar una política de responsabilidad social corporativa. ¿Qué costes y beneficios sociales puede estar generando?	2 puntos (2p)
C.E.2.1	4. Una empresa productora de automóviles que se encuentra localizada en la Comunidad de Madrid, decide trasladar la fábrica a otro país en vías de desarrollo. Se pide: a) ¿qué fenómeno económico se está produciendo? b) defina dicho fenómeno c) ¿qué criterios habrá utilizado la empresa para buscar el nuevo país para la fabricación?	2 puntos (0,75p) (0,5p) (0,75p)
C.E.1.2	5. Considere los siguientes cambios en el entorno de un fabricante español de mesas de aluminio. En cada caso, indique si se trata de un cambio en el entorno genérico o específico, justificando su respuesta: a) Un aumento en el precio del aluminio que se utiliza para la producción de mesas b) Un rebaja de la cuota empresarial de la Seguridad Social c) Una reforma laboral que reduce el coste de los despidos d) La aparición en el mercado de una maquinaria especializada en realizar perfiles de las planchas de aluminio de alta calidad	2 puntos (0,5p) (0,5p) (0,5p) (0,5p)

ANEXO III

Tabla general

SESIÓN	OBJETIVOS	CONTENIDOS	COMP	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE	ACTIV/RECURSOS
2	1) Definir la empresa como unidad económica. 2) Identificar los objetivos de la empresa. 3) Conocer los elementos de la empresa. 4) Clasificar las funciones de la empresa.	1. La empresa como unidad económica 1.1 Objetivos de la Empresa 1.2 Elementos de la Empresa 1.3 Funciones de la Empresa	CCL CAA CSC CD SIEP	C.E.1.1) Describir e interpretar los diferentes elementos de la empresa y sus funciones en la Economía.	E.A. 1.2.1: Identifica los diferentes tipos de empresa y empresarios que actúan en su entorno	Braingstormin Classroom Actividades del libro Glosario de término financieros
3	5) Reconocer y analizar los rasgos principales del entorno. 6) Señalar los distintos tipos de empresas y empresarios que actúan en su entorno. 7) Investigar la relación de la empresa con el medioambiente, así como valorar las actuaciones que ésta tiene sobre el mismo.	2. Influencia del entorno en la empresa 2.1 La empresa como sistema 2.2 El entorno empresarial 2.3 La Responsabilidad social de la empresa	CCL CAA CSC SIEP	C.E.1.2: Identificar y analizar los rasgos principales del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad y explicar, a partir de ellos, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales	E.A. 1.2.1: Identifica los diferentes tipos de empresa y empresarios que actúan en su entorno así como la forma de interrelacionar con su ámbito más cercano. E.A. 1.2.2: Analiza la relación empresa, sociedad y medioambiente. Valora los efectos, positivos y negativos, de las actuaciones de la empresas en las esferas social y medioambiental. E.A. 1.2.3: Analiza la actividad de las empresas como elemento dinamizador y de progreso y valora su creación de valor para la sociedad y para sus ciudadanos.	Recapitulación ¿La gente percibe y valora la RS de las empresas? → Viñeta Actividad de investigación entorno (Webquest) Actividad de Investigación RS.
4	8) Valorar las variables de localización y dimensión de la empresa. 9) Analizar la decisión de internacionalización y deslocalización de la empresa.	3. Localización y dimensión de la empresa 3.1 Localización 3.2 Dimensión 3.3 La globalización. La internacionalización. La deslocalización. 3.4 Las PYMES	CCL CAA CSC SIEP	C.E.2.1: Identificar y analizar las diferentes estrategias de crecimiento y las decisiones tomadas por las empresas, tomando en consideración las características del marco global en el que actúan	E.A. 2.1.1: Describe y analiza los diferentes factores que determinan la localización y dimensión de una empresa, así como valora la trascendencia futura para la empresa de dichas decisiones. E.A. 2.1.5: Examina el papel de las pequeñas y medianas empresas en nuestro país y valora sus estrategias y formas de actuar, así como sus ventajas e inconvenientes.	Recapitulación Exposición Oral de la actividad RS Debate
5	10) Reconocer las características básicas de las PYMES. 11) Relacionar la empresa y las TIC.	4. La empresa y las tecnologías de la información y de la comunicación. 4.1 La influencia de Internet sobre las empresas. 4.2 Interconexión entre empresas e instituciones.	CCL CAA CSC CD SIEP	C.E.2.1: Identificar y analizar las diferentes estrategias de crecimiento y las decisiones tomadas por las empresas, tomando en consideración las características del marco global en el que actúan	E.A.2.1.7: Estudia y analiza el impacto de la incorporación de la innovación y de las nuevas tecnologías en la estrategia de la empresa y lo relaciona con la capacidad para competir de forma global.	Video: - Roles - Caso Jordan Esquema/Resumen del tema