



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Centro de Estudios de Postgrado

Trabajo Fin de Máster

TRANSFORMACIÓN EN EL MUNDO EMPRESARIAL

Alumno/a: Galiano Roa, María del Carmen

Tutor/a: Gómez Galán, Gabriel
Dpto: Economía, Empresa y Comercio

Junio, 2019

ÍNDICE

1.	Resumen y palabras clave	4
2.	Introducción	5
3.	Fundamentación epistemológica	6
3.1	Delimitación del objeto de estudio	6
3.2	Antecedentes y estado de la cuestión	7
3.2.1	La empresa. Especial referencia al sector turístico.....	7
3.2.2	El empresario	15
3.3	Globalización y transformación empresarial. Referencia al ámbito turístico.....	21
3.3.1	La Globalización y las transformaciones de la empresa.....	21
3.3.2	Globalización y Turismo	23
3.3.3	Nuevos modelos emergentes de empresas turísticas	26
3.4	Utilidad Práctica	28
4.	Proyección Didáctica	29
4.1	Introducción	29
4.2	Contextualización.....	30
4.2.1	Situación geográfica del centro.....	30
4.2.2	Aspectos demográficos y socioeconómicos del municipio.....	31
4.2.3	Descripción del centro	33
4.2.4	Organización de Espacios y Tiempos	34
4.2.5	Alumnado	35
4.3	Objetivos	36
4.3.1	Objetivos de Etapa	36
4.3.2	Objetivos de Materia.....	36
4.3.3	Objetivos Específicos.....	37
4.4	Contenidos	37
4.4.1	Contenidos Transversales	37
4.4.2	Contenidos Interdisciplinarios	39
4.5	Competencias.....	39
4.6	Metodología y Recursos Didácticos	40
4.7	Actividades y Tareas.....	42
4.7.1	Actividades de Iniciación	42
4.7.2	Actividades Desarrollo	43

4.7.3 Actividades Consolidación.....	44
4.7.4 Actividades Apoyo o Refuerzo	44
4.7.5 Actividades Ampliación	44
4.7.6 Actividades Evaluación.....	45
4.7.7 Actividades de Recuperación	46
4.7.8 Actividades Complementarias	46
4.7.9 Actividad Extraescolar	47
4.8 Estrategias/Tratamiento de la Diversidad.....	47
4.9 Temporalización.....	48
4.10 Evaluación	51
4.10.1 Tipo de evaluación	52
4.10.2 Criterios de Evaluación.....	52
4.10.3 Estándares de Aprendizaje Evaluables.....	53
4.10.4 Procedimientos de Evaluación	53
4.10.5 Instrumentos de Evaluación.....	54
4.10.6 Sistema de Recuperación	55
5. Bibliografía	56
6. Anexo	63
6.1 Anexo 1: Actividades y Competencias Adquiridas	63
6.2 Anexo 2: Actividad 2.....	64
6.3 Anexo 3: Actividad 3.....	65
6.4 Anexo 4: Actividad 4.....	67
6.5 Anexo 5: Actividad 6.....	69
6.6 Anexo 6: Actividad 7.....	71
6.7 Anexo 7: Actividad 10.....	72
6.8 Anexo 8: Actividad 11.....	73
6.9 Anexo 9: Actividad 12.....	76
6.10 Anexo 10: Actividad 14.....	78
6.11 Anexo 11: Tabla comparativa.....	78

1. RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El presente trabajo de fin de master cuyo título recibe el nombre de “Transformación en el Mundo Empresarial” se estructura en dos partes estrechamente relacionadas. La primera de ellas se centra por un lado en el concepto de empresa y empresario, realizando un especial énfasis en el sector turístico. En este punto se presenta una síntesis de ambos conceptos y de su evolución histórica. Por otro parte se analizan los principales cambios organizativos y estructurales acaecidos en la empresa turística como consecuencia de la irrupción de las nuevas tecnologías y del fenómeno de la globalización. La segunda parte aborda el desarrollo de una unidad didáctica vinculada con la primera parte de este trabajo y encuadrada en la asignatura “Economía de la Empresa” de 2º Bachillerato.

La propuesta de este trabajo final de master se origina por la inquietud de profundizar en conceptos tan versátiles como son empresa y empresario con el fin de observar los cambios empresariales producidos a lo largo de la historia y su actual estatus.

Palabras clave: empresa, empresario, turismo, cambio, globalización y nuevas tecnologías.

ABSTRACT AND KEY WORDS

This Master Dissertation, which is entitled “Business Development”, is organized into two connected parts. The first one focuses on the concepts of enterprise and entrepreneur with special emphasis on the tourism sector. This part shows a synthesis of both concepts and their historic evolution. In addition to this, organizational and structural changes in the tourism industry are analysed as a result of the appearance of new technologies and the phenomenon of globalization. Dealing with the second part of this dissertation, a didactic unit is developed, which is related to the first part and related to the subject of Economic Enterprise which included in high school.

To conclude, the main aim of this master dissertation is to study the concepts of enterprise and entrepreneur and discover how business changes have involved throughout history.

Key words: enterprise, entrepreneur, tourism, change, globalization and new technologies.

2. INTRODUCCIÓN

Los cambios que se producen en las empresas se consideran evidentes y normales, por lo que no se profundiza en sus consecuencias. En este trabajo fin de master se intenta responder a las preguntas ¿qué consecuencias conllevan estos cambios empresariales? y ¿por qué se han producido dichos cambios? Antes de dar respuesta a estas cuestiones se realiza un análisis sobre las ideas de empresa y empresario en diversos autores con el objeto de contextualizar el contenido a tratar para facilitar su comprensión.

El texto que se presenta, tal y como se ha dicho en el apartado anterior, se divide en dos partes referentes a la fundamentación epistemológica y a la proyección didáctica.

En primer lugar se va a detallar la parte sobre fundamentación epistemológica. Este punto está dividido en tres bloques perfectamente diferenciados, lo que proporciona claridad en el contenido. Dichas partes se detallan a continuación:

- La empresa. Especial referencia al sector turístico.
- El empresariado.
- Globalización y transformación empresarial en el ámbito turístico.

En el primer punto, se define el concepto de empresa, así como sus elementos y funciones y se termina con un breve viaje en el tiempo sobre la historia de la empresa. A continuación, la siguiente parte está centrada en la figura del empresariado, donde se detallan algunas teorías importantes referentes a este concepto, con el fin de ofrecer una perspectiva histórica adecuada. En el apartado final se discuten los cambios empresariales producidos en el sector turístico.

Tal y como se puede observar en los contenidos, se resalta el papel de la empresa turística y del empresariado turístico ya que el turismo es una gran fuente de ingresos para España. Su contribución al Producto Interior Bruto, el número de visitantes recibidos, la inversión realizada en este sector, la contribución en la generación de empleo tanto directo como indirecto, además de otras muchas circunstancias corroboran este hecho.

En la actualidad, el turismo se presenta como un potente motor de la economía española debido a su gran dinamismo y capacidad de adaptación ante los cambios tecnológicos, lo cual ha ocasionado importantes cambios en los hábitos de comportamiento, ya que ha propiciado el acceso a la economía de consumo colaborativo. Existen un amplio abanico de empresas que abogan por la economía colaborativa, entre ellas se puede destacar Airbnb o Uber. No obstante, es necesario destacar que no todo son ventajas en el turismo ya que este tipo de empresas propicia una competencia desleal con el resto de empresas del sector debido al gran vacío legal existente, el cual se detallará más adelante. Además de la mencionada desventaja, el

turismo puede propiciar la inflación de precios en determinadas zonas y si no se fomenta un turismo sostenible y responsable, puede llegar a ocasionar daños en el entorno y medio ambiente.

Por último, se finaliza el presente trabajo con la realización de la proyección didáctica sobre el tema abordado. El título de la unidad didáctica desarrollada se denomina “Empresa y Empresario”, en la cual se exponen todos los elementos que forman parte del proceso enseñanza-aprendizaje, otorgando a dicha unidad un sentido global y un significado propio. Asimismo los elementos referenciados son detallados en el apartado de Proyección Didáctica.

3. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA

3.1 DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Es necesario comenzar esta parte realizando una breve alusión al artículo de Ronald Coase “La Naturaleza de la Empresa”, ya que a partir de este artículo se comenzó a integrar el concepto de empresa en el pensamiento económico. Según Coase (1937), el concepto empresa surge para reducir o evitar costes de transacción. Dicho concepto debe de estar bien definido con el objetivo de aclarar las posibles diferencias existentes con empresas del mundo real y así obtener una definición realista y operativa.

El concepto de empresario se encuentra en una situación similar a la acontecida en el concepto de empresa, ya que en la historia del pensamiento económico no se define con exactitud la idea de empresario, existiendo vagas definiciones que no toman forma hasta la generalización de los programas de investigación de la nueva economía industrial, donde resaltan autores como Coase, referenciado anteriormente, Demsetz, Williason y Armen Alchian.

A lo largo de la historia se observa la evolución de los conceptos objeto de estudio, donde se resaltan varias etapas como la época preindustrial, la revolución industrial y la revolución de la información. Con respecto a la época preindustrial, incidir en la aparición del comercio, ya que la actividad comercial repercute en el aumento de tamaño de las empresas. En relación a la revolución industrial, enfatizar que esta época marca un antes y un después en el concepto de empresa y empresario, ya que surge un nuevo tipo de empresario capaz de asumir riesgos. Por último se finaliza con el análisis de las transformaciones que experimenta el mundo empresarial con la revolución de la información, vigente hoy en nuestros días. Esta revolución exige a las empresas y al empresariado que se adapten a los cambios que se produzcan, lo cual no es factible para todas las empresas.

Una vez obtenida una visión global del concepto empresa y empresario, se realiza un análisis sobre la empresa turística, la cual es el objeto principal de nuestro

estudio. La particularidad a destacar de la empresa turística es que opera bajo el borrascoso mundo de lo intangible, ya que este tipo de empresas administran, comercializan y gestionan servicios. Además en la prestación de este servicio tiene que imperar la calidad, con el objetivo final de fidelizar al visitante. Esta ardua tarea requiere una planificación previa, ya que es necesario de personalizar el servicio y anticiparse a los deseos de dichos visitantes. Por tanto, la formación humana en la prestación del servicio turístico es esencial. El reto de este trabajo fin de master es estudiar, tal y cómo se ha indicado anteriormente, todos los cambios empresariales producidos en las empresas, especialmente en las de índole turístico, así como las causas y consecuencias de dichos cambios, sin olvidar definir claramente el concepto de empresa turística, ya que debido a la velocidad frenética que provoca el turismo, no existe una definición clara.

Se finaliza este apartado con una reflexión de Maquiavelo, recogida en *El Príncipe* (2000). Esta cita refleja a la perfección la idea que se pretende mostrar en este trabajo fin de master, y la cual se expone en el siguiente fragmento:

No hay nada más difícil de emprender, más penoso de conducir o más incierto en su éxito que introducir un nuevo orden de cosas, porque el innovador tiene como enemigos a todos aquéllos que han prosperado en la vieja situación y sólo como tibios defensores a los que pueden beneficiarse de la nueva (Maquiavelo, Martínez Arancón & Puigdomènech Forcada, 2000).

3.2 ANTECEDENTES Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

Tras la delimitación del campo de estudio, se profundiza en el concepto de empresa y empresario, con una especial referencia al sector turístico.

3.2.1 La empresa. Especial referencia al sector turístico.

3.2.1.1 Concepto, elementos y funciones de la empresa

Diversas ciencias entre ellas la economía, han intentado definir el concepto de empresa, de ahí que existan distintas definiciones de ésta. La definición más clásica desde una dimensión economicista es la que considera a la empresa como una unidad económica de producción (Coase, 1937; Ménard & Shirley, 2008; Ramírez, 2011). Sin embargo, la empresa también debe ser considerada desde un punto de vista social, y como tal se puede definir como una institución social, cuyo objetivo es el desarrollo de la capacidad creativa de las personas, además de atender y mejorar las condiciones de vida de la sociedad (Berger, Luckmann, Zuleta & Berger, n.d.)

Si atendemos a estas dos definiciones propuestas, se podría definir la empresa como una unidad económica de producción cuyo objetivo es maximizar la utilidad de las

personas consumidoras, consiguiendo así satisfacer las necesidades humanas (Castillo Clavero, 1992)

Desde la perspectiva económica, Bueno Campos (2004) expone una serie de aspectos característicos de una empresa:

- La empresa es una unidad autónoma de producción.
- La empresa es una organización con uno o varios objetivos fijados previamente.
- La empresa es poseedora de capital y se convierte en una unidad financiera.
- La empresa está sometida a un riesgo, por tanto se puede considerar como una unidad de decisión, ya que se toman decisiones soportando un cierto riesgo.
- La empresa es un sistema social, en el que interactúan diferentes personas, definiendo así las relaciones de poder entre ellas.

Otra característica de la empresa de sumo interés es la aportada por Sanchez Gil (1964), en la que se especifica que la innovación debe estar presente en la empresa. Actualmente, no hay duda de que las empresas deben apostar por la innovación y el cambio, ya que no se comprenden por separado, aunque según Valhondo (2003), la innovación se relaciona con la tecnología, productos o servicios y el cambio se centra más en las relaciones personales.

Una vez definido el concepto de empresa, se detallan los elementos que la integran, los cuales son necesarios para desarrollar una determinada actividad económica. Para Martín Rojo (2014), dichos elementos pueden ser agrupados en tres categorías:

- Elementos humanos o personas, donde se destaca a los propietarios del capital o socios, a los administradores o directivos y a las personas trabajadoras.
- Elementos inmateriales, tales como la organización, tecnología, relaciones exteriores de la empresa, el *know-how* y la cultura empresarial.
- Elementos materiales o bienes, entre los que se encuentran los bienes duraderos (edificios, terrenos...) y no duraderos (energía, materiales...).

Existen autores como Castillo Clavero & Abad Guerrero (2013), que realizan una agrupación diferente de los elementos de la empresa y se centran en como los elementos pasivos son los que organizan a los elementos activos. Se puede ver de una forma esquematizada en las siguientes figuras:

Figura 1

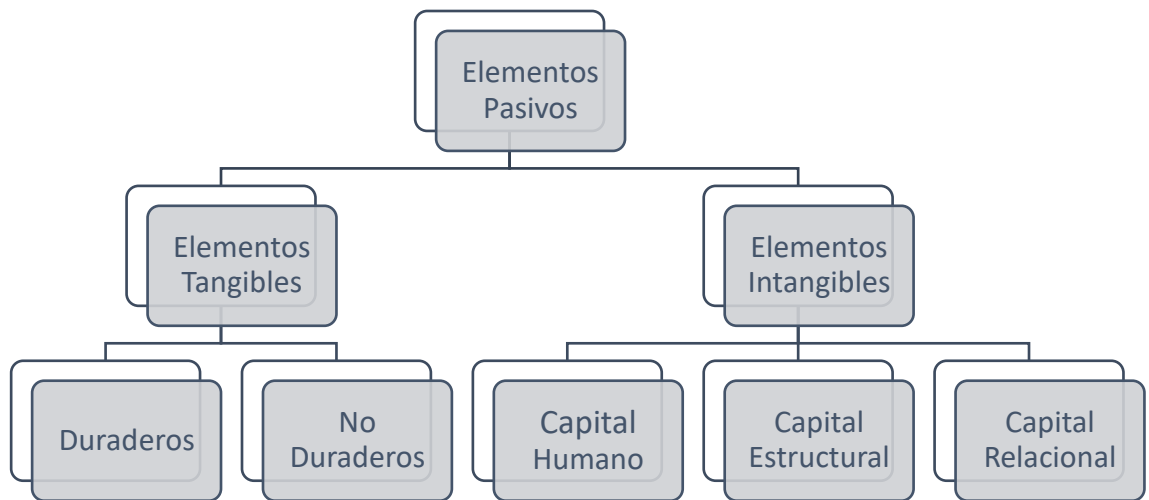


Figura 2



Fuente: Elaboración propia a partir de Castillo Clavero & Abad Guerrero (2013)

Tras la exposición de este breve esquema, se realiza un análisis de los elementos inmateriales de la empresa, ya que suponen un gran valor para esta, que le permite establecer ventajas competitivas en el mercado. Se destacan los siguientes elementos inmateriales:

- La tecnología, se ha convertido en un elemento fundamental en el ámbito empresarial, ya que con las herramientas adecuadas se puede conseguir una buena posición en el mercado y conseguir más clientes. Kast y Rosenzweig

(1989), corrobora que “la tecnología es la aplicación del conocimiento para el desempeño eficiente de ciertas tareas y actividades, convierte la conducta espontánea y no reflexionada en una conducta que es deliberada y racionalizada”

- La organización, según Porter, Lawler & Hackman (1975), es entendida como un conjunto de relaciones entre individuos, coordinadas y dirigidas en el tiempo con el fin de obtener una serie de objetivos previamente plasmados.
- El know-how o conocimientos técnicos y económicos y así como cualquier capacidad o experiencia que posea el equipo humano de la empresa. No se puede hablar de know-how sin referirse al Dr. Ram Charan, una gran influencia en administración y mercadeo. El Dr. Ram Charan apunta que existen ocho habilidades que separan a la gente que rinde de la que no y las cuales desarrolla en su libro *Know-How: the 8 Skills That Separate People Who Perform from Those Who Don't* (Charan, 2007).
- Imagen pública, para comprender la importancia que tiene dicho elemento en la empresa se menciona un fragmento referente al fastuoso libro de *El Príncipe*, tal y como se expone a continuación:

Un príncipe cae en el menosprecio cuando pasa por variable, ligero, afeminado, pusilánime, irresoluto. Ponga, pues, sumo cuidado en preservarse de una semejante reputación como de un escollo, e ingéniense para que en sus acciones se advierta grandeza, valor, gravedad y fortaleza (Maquiavelo, 2000).

Tras la exposición de dicho fragmento se puede llegar a la conclusión de que es necesario crear una buena imagen empresarial, la cual debe transmitir y reflejar la personalidad de la empresa y sobre todo asociarse a determinados valores como el respeto, la confianza y la credibilidad.

- Cultura de empresa, la cual hace referencia al ADN de la misma. Así lo demuestra Robbins (1997) afirmando que “la cultura empresarial designa un sistema de significado común entre los miembros, que distingue a una organización de otra”.

A continuación, y una vez comentados los elementos que integran la empresa, se exponen las funciones que cumple esta entidad:

- Función de aprovisionamiento.
- Función de producción.
- Función comercial.
- Función de gestión del personal.
- Función de investigación y desarrollo.
- Función financiera.

- Función administrativa.

Estas funciones pueden resumirse en una única función que es generar bienes y servicios en términos de eficiencia económica, para así conseguir que dicho elementos aporten valor, utilidad y riqueza al mercado (Martín Rojo, 2014).

Antes de finalizar este apartado, se realiza una especial referencia a la empresa turística, objeto del estudio.

Tal y como se ha descrito anteriormente, la empresa constituye un fenómeno económico y social, y en concreto la empresa turística no modifica su definición con respecto al concepto general. Según lo establecido en la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía (2019) se considera empresa turística “cualquier persona física o jurídica que, en nombre propio y de manera habitual y con ánimo de lucro, se dedica a la prestación de algún servicio turístico”.

No obstante, es necesario resaltar algunos aspectos de dichas empresas como son los expuestos a continuación:

- Pertenece al sector servicios, por tanto el factor humano es de gran relevancia, ya que depende de este la correcta prestación del servicio y la satisfacción del cliente (Alves y Barcellos, 2019)
- La estacionalidad es uno de los aspectos más característicos del turismo y por tanto las empresas de dicho sector debe de estar innovando continuamente para ofrecer servicios originales y diferentes que capten su atención y los atraigan al destino en épocas de temporada baja (Alonso, 2016).
- El servicio turístico tiene características diferentes a los productos de consumo, y es que un servicio no se puede tocar o sentir, la única manera que tiene el visitante de valorarlo es durante la prestación del mismo. Por tanto las características que hacen especiales a los servicios son la intangibilidad, la inseparabilidad, la heterogeneidad y su carácter perecedero (Kotler, Bowen & Makens, 2015).
- La ubicación es uno de los aspectos más importantes para el correcto desarrollo de su actividad económica, y para la elección de la localización es necesario considerar los recursos naturales y culturales, la disponibilidad de mano de obra, la accesibilidad o el impacto medioambiental con el objetivo de ofrecer un servicio de calidad y conseguir la fidelización del visitante (Huertas García and Domínguez Galcerán, 2015).

3.2.1.2 Evolución histórica de la empresa

En este punto se va a realizar un viaje por la historia de la empresa, tomando como punto de partida la teoría de la empresa ya que es un gran referente en la nueva economía institucional. Tal y como se ha comentado en el apartado de definición del objeto de estudio Ronald Coase marca el origen de la empresa con su artículo denominado “La naturaleza de la empresa” y publicado en la revista Económica en el año 1937. Es necesario detenerse en este punto y realizar un pequeño homenaje a Coase y mencionar sus principales aportes para entender el funcionamiento de la economía y las transacciones:

- Origen de empresa: Coase (1937) explica que el origen de dicho concepto surge de una forma análoga a otras instituciones con el objetivo de reducir o suprimir los costes de transacción. Según Coase, para la sociedad es más eficiente que las empresas fabriquen los bienes en lugar de que cada individuo produzca su bien. Un ejemplo que clarifica esta idea es el siguiente: Es más efectivo que una empresa elabore el pan para la sociedad, que cada persona elabore el suyo en casa.
- Costes de transacción: Cualquier transacción en el mercado lleva consigo una serie de operaciones que implican costes como puede ser la elaboración de contratos y los procesos de negociación entre otras, denominados costes de transacción. Estos costes se pueden reducir si se unifican las fases productivas dentro de una empresa. (Aguilera Klink and Alcántara, 1994)
Así pues, la principal diferencia en las operaciones de la empresa es su carácter jerárquico, ya que el empresario es quien dirige el proceso de producción.

En consecuencia, se puede afirmar que actualmente la teoría de Coase se encuentra muy activa ya que la sociedad de la información posibilita que se reduzcan los costes de transacción a través de las tecnologías de la información y la comunicación.

Se continúa con el viaje por la historia de la empresa, realizando la siguiente parada en la época preindustrial. En esta época se consolidan los Estados-nación y comprende los siglos XVI, XVII y primera mitad del siglo XVIII. Es un periodo en el que priman los enfrentamientos para consolidar el poder político de quienes lo ostentan. Esta rivalidad se traslada al ámbito económico, pero tal y como se ha observado a lo largo de la historia, la política siempre es la gran vencedora, tal y como manifiesta Adam Smith en sus argumentos referidos a las Leyes de Navegación. Smith afirma en su obra *La riqueza de las naciones* publicada en 1776, que “la defensa era más importante que la opulencia” y que “el arte de la guerra es el más noble de todos” (Smith y Rodríguez Braun, 1994).

Es destacable el hecho de que en un contexto de inseguridad política, tal y como se ha expuesto, se crea un importante tejido empresarial, ya que se establece un nexo de unión con el gobierno civil. Este nexo de unión se basa en otorgar al empresario por parte del Estado, todo tipo de privilegios en forma de monopolios y de esta forma el Estado obtiene dinero para perpetuar su poder. Esta situación no perduró demasiado en el tiempo, ya que hacia el final del periodo los empresarios reclaman una nueva organización del sector económico y por tanto más libertad para sus operaciones (Martín, 2012:39-76).

Por consiguiente esta época está marcada por la aparición del comercio, hecho que promueve la innovación y el desarrollo en las empresas. Además a finales de este periodo aparecen los primeros bancos e instituciones financieras afines al Estado, debido al aumento de producción y las necesidades de grandes capitales por parte de las empresas.

Si se avanza un poco más en el viaje emprendido, se llega hasta la época en la que se produce la Revolución industrial (segunda mitad del siglo XVIII en Inglaterra y finales de siglo en Francia), donde el concepto de empresa y empresario adquieren un sentido nuevo, ya que en la Revolución industrial se produce el triunfo del capitalismo y la aplicación de la máquina a la producción. Las empresas aumentan su producción cada vez más, lo que ocasiona que se expanda el comercio mundial y se produzca una industrialización de las colonias de las grandes potencias. En esta época de cambio, se destaca la aparición de los medios de transporte (tren y barco), los cuales son decisivos para el crecimiento de la industria y el comercio (Martín, 2012:79-112).

Esta revolución también permite que aparezca un nuevo tipo de empresario capaz de asumir nuevos retos, el cual se explica con más detalle en el apartado referente a *El empresario* (Valdaiso, J. M^º y López García, S., 2000)

La siguiente parada de este viaje por la historia de la empresa se realiza a finales del siglo XIX, una época marcada por la creación de grandes grupos financieros que controla al tejido empresarial y por la consolidación de las empresas multinacionales. Otra particularidad de esta época es la aparición de la tecnoestructura. Según Galbraith (1980:87-88), este término hace referencia al grupo de personas que tiene adquiridas los conocimientos y competencias necesarias para poder participar en la toma de decisiones empresariales. Por tanto, a finales del siglo XIX, se puede definir la empresa como una unidad financiera compleja, organizada, descentralizada y multinacional.

Se ha llegado al final del viaje con la llamada Revolución de la información, presente hoy en nuestros días y a la que se prestará especial atención en el apartado de globalización y transformación empresarial en el ámbito turístico. La revolución de la información ha aportado grandes cambios a nivel empresarial con la introducción de las nuevas tecnologías, ya que ha propiciado que surjan nuevos modelos de negocio y que

las empresas existentes se adapten a los cambios que marcan las tecnologías de la información y la comunicación.

Concluir, diciendo que Shinzo Abe, primer Ministro de Japón afirma ya, la existencia de una sociedad 5.0, donde la transformación digital y el internet de las cosas traspasan fronteras, proporcionando a la población servicios innovadores y de gran utilidad (euronews, 2019).

3.2.1.3 Clases de empresas

La empresa, tal y como se expone, es un ente complejo, el cual atiende a diversas clasificaciones. En este apartado se va a exponer las clasificaciones más comunes (Martín, 2000):

- Según la actividad económica que desarrolla se puede clasificar en empresas del sector primario (empresas agrícolas, ganaderas, pesqueras, acuícolas, ganaderas y silvicultura), empresas del sector secundario (empresas industriales, de construcción o mineras) y empresas del sector terciario (empresas de turismo, comercio, educación...)
- Según su tamaño, se puede diferenciar entre microempresas (1-10 trabajadores), pequeñas (11-50 trabajadores), medianas (51-250 trabajadores) y grandes empresas (más de 250 trabajadores).
- Según su forma jurídica, se distinguen empresas individuales y societarias. Las empresas individuales están formadas por una persona física y no existe limitación en la responsabilidad patrimonial. Con respecto a las empresas societarias destacar que están formadas por una o varias personas jurídicas y existen varias modalidades, entre las que se destaca las sociedades colectivas, sociedades comanditarias, sociedades limitadas, sociedades anónimas y sociedades de economía social.
- De acuerdo con la propiedad del capital, se clasifican en empresas privadas y empresas públicas.
- Según en el ámbito de actuación que operen, se destacan empresas locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Atendiendo al grado de modernización y al uso que realizan de la tecnología, se distinguen las empresas artesanales, donde prima el trabajo manual y por otro lado están las empresas que realizan un uso más intensivo de las tecnologías en el proceso de producción.
- Según la delegación existente en la toma de decisiones, se dividen en empresas centralizadas, las cuales concentran la toma de decisiones en alguno de sus órganos y empresas descentralizadas, en las que predomina el reparto de la toma de decisiones entre los diferentes órganos que componen la empresa.

Una vez expuestas las clasificaciones más comunes de la empresa, es necesario prestar una especial atención a la clasificación de las empresas turísticas, la cual puede ser similar a la anteriormente expuesta, aunque se podrían añadir otro tipo de clasificación debido a las propias peculiaridades asociadas a este tipo de empresa, como puede ser la clasificación según el tipo de actividad desarrollada. Según Corchero Pérez (2008), en esta clasificación se encuentran los siguientes grupos:

- Empresas de alojamiento turístico: establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos, campamentos de turismo o campings y casas rurales.
- Empresas de restauración: restaurantes, cafeterías, bares y empresas de catering entre otras.
- Empresas de transportes por terrestre, aéreo y acuático.
- Empresas de esparcimiento recreo y cultura: puertos deportivos, estaciones de esquí, parques temáticos, museos y todas aquellas empresas que fomentan una experiencia única para las personas visitantes.
- Empresas públicas: hace referencia a todas aquellas empresas turísticas propiedad del estado como pueden ser las oficinas de información, patronatos de turismo o los paradores de Turismo.
- Empresas de intermediación: agencias de viajes, centrales de reservas y cualquier otra empresa que se dedique a realizar labores de mediación y organización de servicios turísticos. Es reseñable, destacar la figura de empresas de intermediación colaborativa como empresas de intermediación ya que actualmente han irrumpido en el mercado turístico con gran fuerza. Hecho demostrable en el argumento aportado por Aragón Cánovas & Nuñez Villanueva (2015), donde exponen que la revolución tecnológica supone un gran cambio en la forma de consumo y adquisición de productos y/o servicios, lo cual origina la aparición de este tipo de empresas que permiten un tipo de turismo más colaborativo entre las personas consumidoras. Se incide más sobre esta cuestión en el apartado referente a nuevos modelos de empresas turísticas.

3.2.2 El empresario

3.2.2.1 Concepto y evolución histórica

No se puede abordar el concepto de empresa sin referenciar la figura del empresario, ya que éste forma parte de la empresa. Por tanto este apartado está dedicado al estudio y evolución histórica de dicha figura.

Realmente hasta que los programas de investigación de la nueva economía institucional no se extendieron gracias a los trabajos de Coase, Demsetz y Williamson, en la historia del pensamiento económico solo existen vagas explicaciones del papel del empresario, ya que los economistas clásicos consideraban que los procesos productivos

funcionaban de forma automática y por tanto el empresario era percibido como una figura capitalista.

Con el paso del tiempo y a medida que las ideas de la nueva economía industrial se iban consolidando, la figura del empresario pierde interés y se centra la atención en el estudio de la empresa.

Estas ideas expuestas anteriormente sobre el concepto de empresario se argumentan en la evolución histórica de dicho concepto, que abarca desde la Grecia antigua hasta Frank Knight, y la cual se expone a continuación.

La primera parada que se realiza en este segundo viaje por la historia, ya que el primer viaje se realizó por la evolución histórica de la empresa, es en la Grecia antigua y en la escolástica, donde se indaga sobre los primeros vestigios del empresario.

En esta parte del viaje se encuentran grandes personajes, como Hesiodo y Jenofonte, los cuales hacen referencia a términos utilizados en nuestros días como el liderazgo y la gestión. Hesiodo (1983:136), considera que los hombres emprendedores deben de establecer una línea recta en su camino, ya que es la clave del éxito y la riqueza. De una forma similar Jenofonte (1993:269) define el concepto de gestión y liderazgo, realizando un especial énfasis en que las cualidades de un buen hombre deben de ser el saber escuchar y compartir éxitos. Por otro lado, teólogos medievales como el franciscano Joannis Olivi hace alusión a las funciones que realiza el mercader y realizan una justificación del beneficio que obtiene éste, ya que se debe de compensar el riesgo que asumen en su trabajo (Odd Langholm, 1992:354-355).

Como se observa en esta primera parada no se vislumbra un concepto de empresario nítido, pero sí se descubren ciertas cualidades o competencias que debe de adquirir una persona para ser un empresario/a de éxito, las cuales se pueden extrapolar a la época actual.

Siguiendo con este fascinante viaje, donde se descubren aspectos relevantes sobre la figura del empresario, se descubre que desde mediados del siglo XV, no se encuentran vestigios de una teoría del empresario. Fue Cantillon, un banquero asentado en París, quien definió el tan ansiado término objeto de este estudio. Según Cantillon (1978), el término "*entrepreneur*" o empresario hace referencia a un hombre de negocios, el cual compraba bienes y después los vendía a un precio incierto y asumiendo un cierto riesgo en dicho proceso. También se centra en definir las funciones del empresario, gerente y capitalista, donde marca las diferencias existentes en dichas funciones.

La próxima parada se realiza de la mano de Turgot, uno de los defensores más conocidos de la libertad económica en el siglo XVIII, quien también realiza una

diferenciación entre empresario y capitalista, tal y como se refleja en sus *Reflexiones* (2009):

El capitalista se limita a prestar su dinero, o presta a un propietario o empresario. Si lo presta a un propietario, parece que pertenece a la clase de los propietarios y se convierte en copartícipe de la propiedad. La renta de la tierra está destinada al pago del interés de su crédito; el valor del fondo está destinado a dar seguridad a su capital hasta el completo pago. Si el prestamista de dinero ha prestado a un empresario, no hay duda de que su persona pertenece a la clase disponible; pero su capital permanece ligado a los adelantos de la empresa, y no puede ser retirado sin perjudicar a la empresa, o sin ser reemplazado por un capital de igual valor (Turgot, 2009:101).

Seguidamente se realiza otra parada para conocer a otra de las figuras importantes del liberalismo clásico en el siglo XVIII, Adam Smith y así poder conocer la definición de su empresario capitalista. Esta definición está recogida en la obra *La riqueza de las naciones* y tal y como plantea Smith, para el progreso económico es necesario que exista la figura del capitalista organizador de producción, ya que el crecimiento económico tiene su base en la acumulación del capital (Smith y Rodríguez Braun, 1994).

En esta definición que ofrece Smith, se observa que el ahorrador y el inversor son la misma persona, no concibe la idea de que un empresario tenga la necesidad de pedir prestado capital. Pero cuando se refiere al interés compuesto por los salarios de dirección y los beneficios del capital ya reconoce la figura del capitalista prestamista.

Caminando entre los economistas clásicos, entra en escena Jean Batista Say, el cual define al empresario como una persona con conocimientos y habilidades especiales (Say y Tapie Isoard, 2001). Hasta entonces no se había calificado al empresario con esta visión, por tanto en su Tratado de economía política se puede decir que recoge algo similar a una teoría del empresario.

Para finalizar con los economistas clásicos, se realiza una breve mención a John Stuart Mill, el cual introduce el concepto de empresario entre los economistas ingleses y realiza una síntesis de todas las ideas expuestas anteriormente, las cuales están recogidas en sus *Principios de Economía Política*, publicados en 1848 y recogidos posteriormente por la fundación ICO en 2008 (Mill, 2008).

Continúa el viaje, dejando atrás a los economistas clásicos, para así poder conocer a los marginalistas. En esta parada se resalta Marshall, Menger y Walras, los cuales otorgan un papel muy importante al empresario en torno a la organización de la producción. No obstante, es necesario resaltar que Marshall es el que atribuye al empresario la organización de la producción (Martín, 2012).

Este breve viaje por la historia del empresario está llegando a su fin, y la última parada se va a dedicar a los autores que realmente desarrollan una teoría sobre la empresa y el empresario, donde se destacan figuras tan importantes como Schumpeter, F. Knight y Galbraith.

Con respecto a Schumpeter, destacar su teoría del *empresario innovador*, donde se resalta la innovación empresarial como motor de crecimiento en la economía capitalista. Schumpeter (1978:84) define los conceptos de empresa y empresario con las siguientes palabras: “Llamemos empresa a la realización de nuevas combinaciones y empresarios a los encargados de dirigir dicha realización”.

En referencia a Frank Knight, subrayar su teoría del *empresario riesgo* y la idea de que el empresario debe de afrontar los riesgos del proceso productivo. Según este autor los riesgos que conlleva la toma de decisiones pueden ser suprimidos por seguros pero la incertidumbre es imposible asegurarla. De estas palabras, se extrae la conclusión de que es necesario que el empresario asuma los riesgos que conlleva la toma de decisiones, ya que de esta incertidumbre dependen los beneficios dentro de un contexto de competencia perfecta (Putterman, 1994: 79-84).

Por otro lado Galbraith, desarrolla la teoría del empresario como tecnoestructura. Esta teoría hace referencia a que las estructuras empresariales han cambiado, y son tan complejas que no pueden ser gestionadas por una sola persona. Pues bien, al grupo de personas con los conocimientos y competencias necesarias para poder dirigir este nuevo modelo de empresas se le denomina tecnoestructura (Galbraith, 1980:87-88). En este modelo de empresas se tiende a separar la propiedad de la empresa y la gestión directiva empresarial.

Tras el pequeño pero intenso viaje, se llega a la conclusión de que el concepto de empresario cambia a lo largo de la historia, como consecuencia de la adaptación de la empresa al entorno social y que cada autor ha aportado datos o incluso desarrollado teorías que sirven para conocer la figura actual del empresario.

Se llega por tanto a la conclusión de que en la actualidad, el entorno empresarial es muy dinámico y complejo, debido a la gran competencia existente, a los nuevos avances tecnológicos y a la globalización en los mercados como consecuencia de la llamada Revolución de la información, referenciada en varias ocasiones en el presente trabajo. Estos hechos producen que surja una figura empresarial con capacidad de gestión, liderazgo, organización, creatividad, visión estratégica y alta resolución de problemas. Es importante enfatizar que el concepto de liderazgo encierra muchos matices, entre ellos se destaca que una persona tiene capacidad de liderazgo cuando conoce, escucha y se preocupa por las personas trabajadoras, ya que para conseguir el éxito empresarial, primero los trabajadores/as deben de ser felices (Matesanz, 2019). La siguiente frase de Henry Ford interpreta a la perfección la idea expresada. Ford

(2015:210) afirma que “llegar juntos es el principio; mantenerse juntos es el progreso; trabajar juntos es el éxito.” Por tanto el empresario innovador, es sin duda la figura presente en la sociedad actual, ya que las empresas que apuestan por la creatividad y la innovación en sus productos o servicios son las más competitivas.

3.2.2.2 El empresariado turístico actual

Al igual que ocurre con el concepto de empresa turística, todo lo expuesto anteriormente sobre el empresario es aplicable al empresario turístico. Sin embargo, es necesario realizar un especial énfasis en ciertas características de este tipo de empresariado, ya que el entorno de la empresa turística es bastante complejo.

Antes de mencionar las citadas características del empresariado turístico, se realiza un especial énfasis en las investigaciones desarrolladas en torno a esta temática, ya que dichas investigaciones no han sido constantes en el tiempo y están localizadas en zonas y actividades turísticas muy concretas, por tanto supone una gran dificultad extraer conclusiones generalizadas sobre este ámbito de estudio (Thomas, R., Shaw, G., y Page, S. J., 2011).

No obstante, los temas turísticos analizados han sido muy variados y se puede extraer algunos datos referentes a la figura del empresariado turístico:

- Predominio de pequeños/as propietarios/as los cuales asumen la dirección de su propia empresa (Reijonen, 2008). Sin embargo el rápido crecimiento del sector turístico, la necesidad de personal cualificado para prestar un servicio de calidad y la irrupción de las nuevas tecnologías en el ámbito turístico, tienen como consecuencia la separación entre la figura del propietario/a de la empresa y de la persona que dirige dicha empresa, tal y como menciona Galbraith, en su teoría del empresario como tecnoestructura (Galbraith, 1980:87-88).
- El número de mujeres empresarias que ostenta una empresa turística es relativamente bajo, a pesar de que varios estudios argumentan que en el sector turístico predominan las oportunidades empresariales para el sector femenino (Gentry, 2007). Por otro lado, las mujeres que deciden convertirse en empresarias turísticas, se centran en negocios de alojamiento o restauración en entornos cercanos a su lugar de residencia (Guzmán y Rodríguez, 2008).
- La formación académica en el empresariado turístico es un hecho destacable, ya que existen diversos estudios que tratan esta temática y cada uno de ellos expone argumentos diferentes. Por un lado Szivas (2001) expone que gran parte de los/las empresarios/as han apostado por una formación universitaria o de estudios superiores, por otro lado Sharma y Upneja (2005) critican la falta de este tipo de estudios entre el empresariado turístico. En la

actualidad, la inclusión de las nuevas tecnologías en la sociedad de la información ocasiona que la formación en el sector turístico constituya un eje esencial en la empresa turística, y es que las personas que trabajan en dicho sector deben de tener los conocimientos y competencias necesarias para gestionar dichos empresas y prestar un servicio de calidad (Vilaseca et al, 2007).

- Varios estudios demuestran que el empresariado turístico antes de iniciar su actividad empresarial, ha ocupado puestos en el sector turístico, por lo que cuenta con una amplia experiencia en este ámbito (Szivas, 2001).
- Se pueden distinguir dos figuras de empresarios/as turísticos/as de acuerdo con sus preferencias o motivaciones. Por una parte, se encuentra el empresariado que tiene como objetivo crecer empresarialmente hasta alcanzar la calidad de vida ansiada y por otro lado está el empresariado que apuesta por el crecimiento de sus negocios sin establecer un límite (Shaw, 2003). Un dato curioso que se extrae de este argumento es que para algunos/as empresarios/as turísticos/as el éxito empresarial no está unido al rendimiento económico.

Una vez aportados los datos sobre el empresariado turístico extraídos de los estudios arriba mencionados, se describen las características atribuidas al empresariado turístico (Martín, 2009):

- Capacidad para asumir retos e identificar oportunidades, ya que el turismo crece a un ritmo vertiginoso y es necesario aprovechar las oportunidades de negocio existentes.
- Alta capacidad de resolución de problemas con el objetivo de dar una respuesta satisfactoria a las amenazas planteadas, ya que una de las características asociadas al servicio turístico es la indisociabilidad, es decir el servicio no se puede separar de la persona que lo presta y por tanto si existe algún problema en el proceso de compra, dicha persona tiene que tener la capacidad de solventar la situación inmediatamente.
- Creatividad e Innovación para adaptarse a las continuas demandas establecidas en la sociedad de la información, ya que la tecnología está revolucionando el sector turístico y por tanto el proceso de compra de dicho servicio turístico.
- Capacidad de liderazgo, la cual implica habilidades para influir y motivar a las personas trabajadoras, ya que de ellas depende el éxito empresarial al ser las encargadas de la prestación del servicio turístico.

Antes de finalizar este apartado sobre el empresario turístico, se realiza una reseña importante a Thomas Cook, conocido como el padre del turismo, el cual cambio la forma de percibir los viajes.

A la figura empresarial de Thomas Cook se le pueden atribuir las características anteriormente nombradas ya que su visión de futuro y el saber aprovechar nuevas oportunidades, le brindaron la posibilidad de adentrarse en el sector turístico en el año 1841 creando la primera agencia de viajes de la historia, hoy en día vigente bajo el nombre de Thomas Cook Group. Esta empresa está formada por varios turoperadores, aerolíneas y una cadena hotelera. Su estrategia empresarial y las características de las personas que la dirigen hacen que esta empresa esté en continuo crecimiento aprovechando todas las herramientas digitales que les brinda la sociedad de la información (Vargas, 2019).

En definitiva un buen empresario turístico tiene que tener pasión por lo que hace y así lo demuestra Hegel (1995) el cual afirma que “Nada grande ha sido hecho sin pasión”.

3.3 GLOBALIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL. ESPECIAL REFERENCIA AL ÁMBITO TURÍSTICO.

La presente parte del trabajo fin de master se centra en tratar de responder las cuestiones previamente planteadas en la introducción, ya que los cambios producidos en las empresas y especialmente en el ámbito turístico se consideran evidentes y normales, por lo que no se profundiza en sus consecuencias. Los interrogantes planteados son los siguientes, los cuales tratan de esclarecerse en los siguientes puntos del trabajo ¿qué consecuencias conllevan estos cambios empresariales? y ¿por qué se han producido dichos cambios?

3.3.1 La Globalización y las transformaciones de la empresa

Se toma como punto de partida la Revolución de la información para explicar los cambios organizativos y estructurales originados en las empresas en las últimas décadas. Poco después del comienzo de dicha revolución tuvo lugar la crisis de los años 70 cuyas consecuencias económicas, sociales y políticas fueron devastadoras. Esta crisis propició un estancamiento económico y una caída del Estado de bienestar consolidado en Europa Occidental después de la segunda guerra mundial. Por tanto, a partir de esta crisis se hacen visibles los cambios organizativos en las empresas ya que tienen que adaptarse al nuevo entorno. En este contexto aparecen nuevas políticas económicas que abogan por el libre mercado y se dejan a un lado las políticas económicas Keynesianas (Martín, 2012).

Antes de la citada crisis se dan los primeros pasos para promover una transformación tecnológica, la cual constituye un elemento determinante para el proceso de globalización. Según Castells (2000), los cambios tecnológicos promovidos en la sociedad de la información incentivan nuevos canales de comunicación entre las personas y las maquinas, y por tanto a nivel empresarial se desarrolla la automatización en los procesos de producción.

Asimismo, la sociedad de la información trajo consigo inventos importantes como el chip de silicio ideado por Jack Kilby y Robert Noyce en 1961, el cual sentó las bases de la electrónica moderna (Inventors and inventions, 2008).

A todo esto, es necesario destacar el papel desempeñado por las universidades, ya que fueron las encargadas de promover la innovación en sus instalaciones acogiendo diferentes proyectos tecnológicos. Un ejemplo se puede encontrar en Silicon Valley (California), donde empresas como Apple o Microsoft crecieron a un ritmo abrumador gracias a las nuevas tecnologías. Este desarrollo intensivo del trabajo científico dio lugar a la creación de internet o al despegue de la ingeniería genética, la cual ha realizado avances importantes en la configuración del mapa del genoma humano (Jiménez Partearroyo, 2011).

Algunos autores como Rifkin (2003), definen esta época como la era donde se extingue el trabajo debido a los procesos de automatización desarrollados en las organizaciones. Estos procesos de automatización afectaron mayoritariamente a la industria, pero también a otros sectores como el terciario. Un ejemplo de ello lo tenemos en las entidades bancarias con el desarrollo y puesta en funcionamiento de los cajeros automáticos, tarjetas de crédito o banca electrónica, lo que ocasiona el despido de personas trabajadoras.

No obstante, es necesario mencionar que en la sociedad de la información se destruye empleo pero también se crea un gran número de empleos cualificados, como así se demuestra a partir de los años 90 en empresas relacionadas con las nuevas tecnologías (telecomunicaciones, informática, ingeniería genética y microelectrónica) (Stiglitz, 2002).

Actualmente, los cambios empresariales producidos en las organizaciones como consecuencia de la irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación tienen como consecuencia grandes cambios en los patrones de comportamiento de los agentes económicos y de las personas consumidoras. Estos patrones de comportamiento están anexados a un proceso de digitalización y globalización, donde el poder de la información reside en ambas partes y por tanto el proceso de compra y venta se modifica, produciéndose de esta manera una intangibilización de la actividad económica (Villaseca y otros, 2003).

En resumen, la nueva economía se caracteriza por tener como base el conocimiento, por tanto el objetivo primordial de una empresa inmersa en la sociedad de la información donde impera la globalización y las tecnologías de la información y la comunicación es la gestión correcta de dicho conocimiento, entendida según Andreu y Sieber (1999) como “el proceso que continuamente asegura el desarrollo y aplicación de todo tipo de conocimientos pertinentes en una empresa, con objeto de mejorar su capacidad de resolución de problemas y así contribuir a la sostenibilidad de sus ventajas competitivas”.

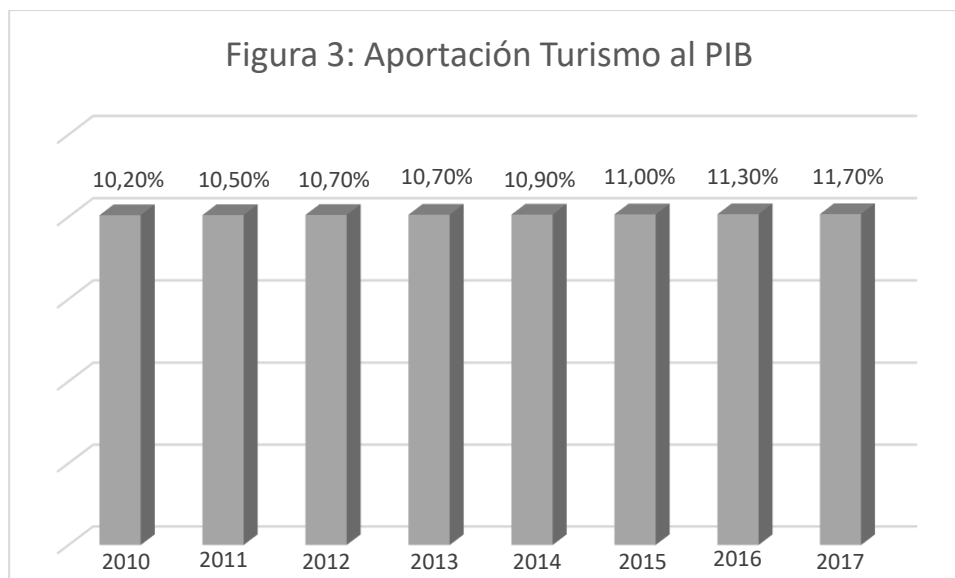
3.3.2 Globalización y Turismo

El turismo, tal y como se ha mencionado anteriormente, es un sector en continuo crecimiento, el cual experimenta grandes cambios debido a la inclusión de las nuevas tecnologías y la globalización de los mercados. Los cambios más destacables son los referentes a la aparición de nuevos patrones de consumo y nuevos modelos de gestión empresarial. Según Canals (2000), la tecnología es el punto de partida para el nacimiento de un nuevo modelo de relaciones y Hein (2002) argumenta que las nuevas tecnologías unidas a los cambios empresariales generan mayor productividad en las empresas.

Por tanto, se puede argumentar que la globalización gracias a las tecnologías de la información y la comunicación sirven como nexo de unión entre personas y organizaciones, dando lugar a relaciones más complejas y a cambios sociales que transforman la realidad turística (Maria i Serrano, 2001).

Es necesario realizar un análisis más detallado de los efectos de la globalización en el sector turístico, para entender la importancia de este fenómeno sobre dicho sector.

Se comienza resaltando un primer efecto sobre el crecimiento de este sector, ya que según la Cuenta Satélite del Turismo de España, la aportación del turismo a la economía española alcanzó los 137.020 millones de euros en el año 2017, lo que corresponde a un 11,7% de la economía total, cuatro décimas por encima del año 2016. A continuación se muestra en la figura nº 3, un gráfico donde se puede observar como la aportación del turismo a la economía española o al producto interior bruto (PIB), ha ido aumentando a lo largo de los años. En este caso concreto se analizan las aportaciones al PIB desde el año 2010, las cuales se pueden observar claramente que aumentan 1,5 puntos al pasar de 10,2% en el año 2010 al 11,7% en el año 2017 (Instituto Nacional de Estadística/Cuenta satélite del turismo de España, 2019).

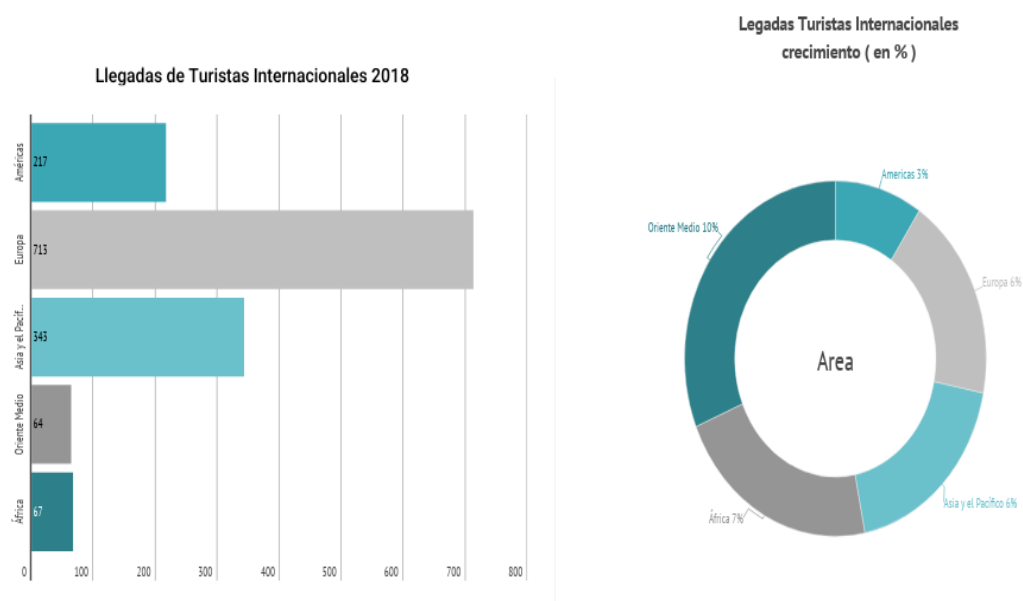


Fuente: Elaboración propia. Datos del Instituto Nacional de Estadística.

Con respecto al segundo efecto que la globalización ejerce sobre el sector turístico, se destaca el aumento de flujos turísticos. La mayor parte de estos flujos se generan entre países desarrollados, debido a la inclusión de las nuevas tecnologías, a la existencia de un entorno económico favorable, al progreso de los medios de transporte, al desarrollo de los nuevos modelos de negocios y sobre todo al valor que las personas otorgan a las experiencias turísticas (OMT, 2019).

A continuación se expone una pequeña infografía (figura 4) con datos referentes a las llegadas de turistas en el 2018.

Figura 4: Turismo Internacional 2018



Fuente: Elaboración propia. Datos OMT

Tras el análisis de la figura 4, se puede observar que el número de turistas en términos globales se ha incrementado en 2018. A continuación se detallan los resultados extraídos por cada región:

- En Oriente medio se ha producido un aumento del 10% , alcanzando los 64 millones de turistas, lo que demuestra su recuperación antes las crisis sufridas y este cambio se ha producido gracias a la globalización, que han situado a esta región como el centro de las principales rutas aéreas (Amadeus 2018)
- El aumento de turistas en Europa ha sido notable (6%) con respecto al 2017, llegando hasta los 713 millones de turistas, aunque es necesario destacar que las llegadas a Reino Unido se han visto reducidas en comparación con años anteriores y esto es debido al Brexit, ya que según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España la salida del Reino Unido de la Unión Europea tendrá un impacto asegurado en el turismo.
- Asia y el Pacífico han registrado 343 millones de turistas con un crecimiento del 6% con respecto al 2017.
- Las Américas, han recibido 271 millones de llegadas con un crecimiento del 3% en referencia al año 2017. Los resultados obtenidos son variados en todos sus destinos. En América Central y el Caribe el número de turistas decreció un 2% a causa de los fenómenos atmosféricos que tuvieron lugar en las zonas mencionadas.
- África registró 67 millones de llegadas de turistas con una tasa de crecimiento del 7%.

Sin lugar a dudas el año 2018, fue un referente en torno a las llegadas de turistas internacionales, hecho que irá en aumento en los próximos años según las previsiones de la Organización Mundial del Turismo.

Para terminar con los efectos que la globalización ejerce sobre el sector turístico, se realiza un especial énfasis en la desigualdad que genera entre destinos ya que según Castell (1999), existe una sociedad dividida en la que se pueden diferenciar dos territorios. Por un lado están las zonas que tienen acceso a las tecnologías de la comunicación e información y por tanto tienen más poder económico y por otro lado se distinguen las zonas que no tienen acceso a dichas tecnologías, las cuales no pueden formar parte del nuevo modelo de desarrollo que impone la sociedad del conocimiento. Actualmente y tal como se ha comentado anteriormente los flujos de turistas se centran en los países desarrollados, pero paulatinamente esta situación está cambiando tal y como argumenta Tezano (2001), los cambios sociales que experimenta la presente sociedad, originan nuevos patrones de consumo responsable, donde la nueva figura del

turista apuesta por experiencias en destinos sostenibles, sin conceder demasiada importancia a la inclusión de las nuevas tecnologías en dichos territorios.

Como conclusión se puede argumentar que el turismo está globalizado, dando lugar a un nuevo modelo turístico que aboga por el desarrollo sostenible y el cual convive con modelos anteriores surgidos a mediados del siglo XX. Por tanto, la confluencia de ambos modelos turísticos promueve la búsqueda de experiencias para satisfacer, sorprender y fidelizar al cliente, hecho que está cambiando el flujo turístico mundial (García Pascual, 2017).

3.3.3 Nuevos modelos emergentes de empresas turísticas

La irrupción de las nuevas tecnologías y el fenómeno de la globalización han originado que se produzcan cambios empresariales y cambios en los hábitos de consumo, tal y como se observa en los anteriores epígrafes. Estos cambios provocan el nacimiento de nuevos modelos de empresas que aprovechan la oportunidad que les brinda la sociedad de la información.

Hace diez años, no se podía concebir la idea de disfrutar de unas vacaciones en casa de una persona extraña o incluso viajar en un coche con un desconocido, hoy en día estas actividades están totalmente normalizadas debido a empresas como Uber y Airbnb. Gracias a estas empresas se ha impulsado la economía colaborativa en el sector turístico, aunque su fin último no es compartir, sino obtener un beneficio por la transacción del servicio. Belk (2014) define este tipo de propósito como “una relación comercial disfrazada del bien común”.

Estas dos empresas se encuentran entre las empresas emergentes que más rápido han crecido en la historia y lo han hecho sin contar apenas con activos fijo. Airbnb puede ser considerada como la mayor empresa de alojamiento del mundo y sin embargo no tiene en propiedad ni una sola habitación. Uber puede definirse como una gran empresa que ofrece servicios de taxi, pero en realidad no dispone de ningún vehículo. Se puede argumentar que estas empresas han apostado por la innovación y la tecnología convirtiéndose en referentes mundiales y partiendo de una idea básica como alquilar una casa o compartir un coche (Stone, 2018).

Actualmente estas dos empresas crean mucha controversia en la sociedad, ya que las leyes actuales necesitan ser reformadas para poder adaptarlas a estos nuevos modelos empresariales. Prueba de la citada controversia que suscitan empresas como Uber es la reciente huelga de taxistas en Madrid y Barcelona, cuyos resultados son la imposición de un horario y de un calendario al igual que tienen los taxis. En Madrid los vehículos turísticos con conductor (VTC), pueden circular como máximo 16 horas al día y en Barcelona este tipo de vehículos debe de ser reservado con 15 minutos de

antelación. Estas medidas han provocado que Uber o Cabify no preste sus servicios en la ciudad condal (Femmine, 2019; Méndez, 2019). Con respecto a Airbnb, la polémica también está presente ya que es criticada por destruir reglas básicas de empleo o exacerbar el capitalismo en las ciudades donde opera. Molina (2018), destaca que ciudades como Madrid y Barcelona desarrollan medidas con el objeto de paliar estos efectos a través de multas y la imposición de tasas turísticas.

Por otra parte, es necesario destacar a las personas que lideran estas empresas, se pueden denominar como líderes tecnológicos e innovadores con grandes habilidades comunicativas, alta capacidad de resolución de problemas y una visión de futuro excepcional, ya que han conseguido transformar la realidad turística y con ella los hábitos de consumo de los visitantes. Forno y Garibaldi (2015), argumentan la existencia de este nuevo consumidor que apuesta por el nuevo concepto de experiencia turística, el cual implica un marcado desarrollo sostenible, donde la persona consumidora aboga por determinados aspectos ambientales, económicos y socioculturales del destino.

Es necesario detenerse en el concepto de experiencia turística para entender el entorno en el que operan estos nuevos modelos de empresa y comprender los cambios producidos en los hábitos de las personas consumidoras. Simon (2015) define este concepto como “una historia verdadera”, por otro lado, Sharpley y Stone (2012) equipara la experiencia turística a la felicidad de la persona consumidora.

Es cierto que no existe una receta mágica para crear una experiencia turística, pero la base para su creación es apostar por organizaciones inteligentes y creativas, que sepan adaptarse a la sociedad de la información. Tal y como las define Arbonés (2006), son organizaciones que apuestan por la innovación constante que les permita adaptarse a los continuos cambios del entorno y obtener ventajas competitivas frente al resto de empresas. Por lo tanto, el trabajo continuo y organizado de personas apasionadas y creativas en el sector turístico, hacen posible este tipo de experiencias. El blog profesional de turismo de Andalucía (2012) detalla de una forma creativa los ingredientes que debe de llevar una experiencia turística, los cuales son detallados a continuación: “2 cucharaditas de interacción, 1 taza de amabilidad, 1 manojo de cuidados, sazonar con sentimiento y dedicación, 3 gotitas de vivencias y añadir un poco de percepción”.

Se concluye este apartado con la exposición de la siguiente reflexión: La característica más dominante de la sociedad de la información es la velocidad con la que se producen los cambios, y esto ocasiona un verdadero problema por dos motivos, por un lado la legislación no puede adaptarse tan rápidamente a los cambios producidos en esta sociedad, y por tanto las empresas tecnológicas se impacientan ya que la legislación vigente es anticuada y no se adapta al entorno donde desarrollan su actividad. Por otra parte las personas consumidoras se encuentran desorientadas, ya que no tienen tiempo

para adaptarse y absorber los cambios que le brinda esta nueva sociedad. Por tanto estos nuevos modelos emergentes de empresas turísticas se caracterizan por su adaptación al entorno, su constante innovación y sobre todo por la capacidad de respuesta que presentan ante los nuevos consumidores surgidos en la presente sociedad.

Como broche final a esta reflexión planteada se realiza una referencia al lema de una empresa tecnológica propia de la sociedad de la información, cuyo nombre es Qualcomm y su actividad principal es la fabricación de chipsets para la tecnología móvil. Este lema refleja muy bien la idea mostrada en este apartado y es el expresado a continuación: “Las vidas cambian cuando la gente conecta. La vida cambia cuando todo está conectado” (Friedman, 2016).

3.4 UTILIDAD PRÁCTICA

El tema elegido para este TFM, como ya se ha mencionado al comienzo del mismo es la transformación en el mundo empresarial, un tema que despierta gran interés ya que está muy presente en nuestra sociedad actual. Partiendo de esta premisa, con este tema se pretende captar la atención del alumnado de 2º Bachillerato dentro de la asignatura Economía de la Empresa, y más concretamente en el Tema 1: Empresa y Empresario, encuadrado dentro del siguiente libro: *Economía de la Empresa 2º de Bachillerato*, Mc Graw Hill.

Actualmente, el profesorado debe de desarrollar y poner en práctica diferentes metodologías y recursos didácticos para motivar al alumnado y de esta manera conseguir que adquiera los conocimientos y competencias necesarias para enfrentarse a situaciones reales. Esta tarea no es nada fácil, y por esta razón en este trabajo se han abordado cuestiones referidas a la transformación empresarial, ya que a través del estudio de dichas cuestiones, se puede realizar un paseo por la historia de la empresa y el empresario, y así utilizar técnicas innovadoras y creativas basadas en las nuevas tecnologías las cuales se especifican en el punto cuatro de la proyección didáctica.

El contenido de este tema influye positivamente en el alumnado ya que se abordan temas actuales relacionados con la tecnología, la innovación, el turismo, la empresa y el empresario. Estos temas se desarrollan con el aporte de una gran variedad de casos y ejemplos prácticos para facilitar la comprensión de los mismos. Con la realización de los casos prácticos se pretende que el alumnado desarrolle las competencias básicas y transversales reflejadas en la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.

Por todo lo anteriormente expuesto, se puede llegar a la conclusión de que el tema elegido constituye una base esencial para que el alumnado comprenda la realidad

empresarial de nuestros días, así como la evolución que ha experimentado el concepto de empresa y empresario a lo largo de la historia.

4. PROYECCIÓN DIDÁCTICA

4.1 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. Tiene como finalidades principales facilitar al alumnado una visión completa de la misma desde una perspectiva científica, y fundamentar adecuadamente su formación superior posterior y su desenvolvimiento en la vida cotidiana. Sus contenidos se estructuran en siete bloques. La presente programación didáctica está centrada en el primer bloque, el cual realiza una descripción de la evolución histórica del empresario, así como sus funciones. Así mismo se centra en los tipos de empresas existentes, realizando un especial énfasis en los tipos de empresas según su forma jurídica.

La normativa en la cual está basada esta programación didáctica es la siguiente:

- 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.
- Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato.
- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.
- Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la educación primaria, la educación secundaria obligatoria y el bachillerato.
- 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.

Para finalizar con la introducción, destacar que esta programación didáctica es un documento de planificación de la asignatura Economía de la Empresa, más concretamente del Bloque 1: La empresa.

4.2 CONTEXTUALIZACIÓN

4.2.1 Situación geográfica del centro

El centro donde se lleva a cabo la realización de las prácticas es el I.E.S Ciudad de Arjona. Este centro está situado en la localidad de Arjona, al oeste de la provincia de Jaén, más concretamente a 44 Km de la capital. Se asienta en la zona conocida como “El Paseo Nuevo”, al sur de la ciudad, la cual ha estado caracterizada por una importante expansión, existiendo construcciones nuevas y diversas como son las nombradas a continuación: Instalaciones deportivas (Pabellón Polideportivo, y Campo de Fútbol) y Centros de Educación (el Instituto de Enseñanza Secundaria y el C.E.I.P. San Bonoso y San Maximiano).

Arjona forma parte de la Comarca de la Campiña de Jaén, situada al noroeste de la provincia, su gran extensión y su proximidad a Sierra Morena y al Valle del Guadalquivir la convierten en un espacio privilegiado para las personas amantes de las tradiciones populares y culinarias.

Volviendo al municipio donde se encuentra ubicado el centro educativo en el que se centra la atención, es importante señalar que cuenta con monumentos relevantes como el Santuario de los Santos y de las Sagradas Reliquias, la Iglesia de Santa María, la Iglesia del Carmen y la Iglesia de San Juan.

Este Instituto tiene un carácter Comarcal, recibe alumnado de la ciudad de Arjona y de varios municipios cercanos: Escañuela, Lahiguera, Arjonilla, Porcuna y Lopera. En el siguiente mapa se puede observar la ubicación de dichas localidades.



Fuente: Proyecto Educativo de Centro IES Ciudad de Arjona

A continuación se expone un mapa de la localidad de Arjona, donde se muestra distintos puntos de interés y entre ellos el I.E.S Ciudad de Arjona:



Por último detallar la dirección exacta donde se encuentra el IES Ciudad de Arjona y su [página web](#):

Calle San Nicasio, 34; C.P: 23760 Arjona (Jaén)

4.2.2 Aspectos demográficos y socioeconómicos del municipio.

En referencia a los aspectos demográficos y socioeconómicos del municipio se utiliza como referencia los datos extraídos del instituto de estadística y cartografía de Andalucía.

El término municipal de Arjona tiene una extensión superficial de 158,36 Km² y cuenta con una población de 5595 habitantes.

A continuación se puede observar la tabla en la que se aprecia del número de hombres y mujeres en el periodo de tiempo correspondiente a 2013-2018

Tabla 1: Número de Habitantes Arjona

Año	Hombres	Mujeres	Total
2018	2.756	2.893	5.595
2017	2.799	2.863	5.662
2016	2.812	2.879	5.691
2015	2.825	2.867	5.692
2014	2.846	2.886	5.732
2013	2.879	2.885	5.764

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

Tal y como se percibe en la tabla el número de hombre y mujeres está muy igualado en los años tomados como referencia, siendo destacable un ligero aumento a lo largo de dichos años en el número de mujeres con respecto al número de hombres. En referencia a los datos sobre población total, es relevante comentar que se ha producido un descenso de la población con el paso de los años, lo cual produce efectos en la economía de esta población, ya que es una zona rural, que al igual que otras zonas de interior, lucha constantemente contra el fenómeno de la despoblación.

Con respecto a la población activa de esta localidad, si la consideramos atendiendo a factores económicos resulta que gran parte de esta población se ocupa en el sector secundario (Industria y Construcción), seguido del sector primario (Agricultura) y por último el sector servicios, donde destaca la rama administrativa.

El desempleo registrado, según datos publicados del SEPE en el pasado mes de Febrero en la localidad objeto de estudio, el número total de personas paradas asciende a 234, de las cuales 88 son hombres y 146 mujeres. Resaltar que el grupo de edad más afectado es el que comprende las edades de 25 a 44 años, siendo el sector primario el que engloba mayor índice de parados.

4.2.3 Descripción del centro

El IES Ciudad de Arjona cuenta con tres edificios ya que en el año 2000 se unieron el IES Martín Jimena y el IES Rey Alhamar, posteriormente se realizó una ampliación por falta de espacio y se incorporó el edificio denominado San Nicasio.

Por tanto, se distribuye de la siguiente manera:

- Edificio Rey Alhamar, donde se imparte primer Ciclo de E.S.O.
- Edificio San Nicasio, el cual acoge 3º de E.S.O.
- Edificio Martín Jimena, en el que se imparten Administración General, 4º DE E.S.O, Bachilleratos, Ciclo Formativo de Equipos e Instalaciones Electrotécnicas", y el Ciclo Formativo de "Gestión Administrativa".

Con respecto a los recursos humanos el centro educativo está formado por los siguientes órganos colegiados:

1. Equipo directivo, que a su vez está formado por los cargos expuestos a continuación:
 - Director: Manuel Sánchez Nevado
 - Vicedirector: Pedro Relaños Cachinero
 - Jefa De Estudios: Ana María Mercado Toro
 - Jefe De Estudios Adjunto: Juan Ortega Cózar
 - Secretario: Francisco Vallejo Del Pino
2. Claustro de profesores, compuesto por los 53 profesores/as que forman parte del centro.
3. Consejo escolar, está formado por representantes de diversos colectivos (profesorado, familias, alumnado, personal no docente y representantes del ayuntamiento)
4. Equipo técnico de coordinación pedagógica, compuesto por el Director, el Jefe de Estudios y lo/as Jefes/as de las áreas de coordinación de los Departamentos.
5. Departamentos didácticos, donde el profesorado está organizado según la materia que imparta. Los departamentos con los que cuenta este instituto son los siguientes: Biología y geología; administración, dibujo, educación física; formación; evaluación e innovación educativa; electricidad; física y química; filosofía; francés; informática; lengua y literatura; inglés; matemáticas; orientación y apoyo; tecnología; música; ciencias sociales.

En total el centro cuenta con 53 profesores y 300 alumnos/a.

4.2.4 Organización de Espacios y Tiempos

La distribución de espacios se realiza teniendo en cuenta las siguientes premisas:

- Fomentar el trabajo cooperativo.
- Incrementar la autonomía en el alumnado.
- Utilizar todos los espacios que ofrece el centro escolar (biblioteca, laboratorios, pistas, etc.).

Se pueden diferenciar dos tipos de espacios:

- ✓ El espacio del aula

La base de la organización del aula gira en torno al alumnado y a la asignatura impartida en dicho espacio. Para ello se realiza una selección de las dinámicas y actividades que se van a realizar en el aula y se distribuye el espacio de una forma adecuada.

- ✓ El espacio de uso específico

Existen aulas, en las que es necesario una llave para acceder a ellas, ya que están dotadas de equipamiento valioso. Estas aulas son las siguientes:

- Clases ordinarias equipadas con pizarra digital.
- Un laboratorio de Idiomas.
- Dos aulas de Informática.

La llave para acceder a estas aulas, es necesaria solicitarla en Secretaría con una comunicación previa, excepto en las clases ordinarias, donde el profesorado recogerá la llave en secretaría sin solicitud previa.

Con respecto a la organización de tiempos, el horario lectivo del alumnado del IES Ciudad de Arjona se desarrolla de lunes a viernes en horario de mañana. En la siguiente tabla, se puede observar la distribución de las sesiones:

Tabla 2: Sesiones Clase

Primera Clase	08:00 – 09:00
Segunda Clase	09:00 – 10:00
Tercera Clase	10:00 – 11:00
Recreo	11:00 – 11:30
Cuarta Clase	11:30 – 12:30
Quinta Clase	12:30 – 13:30
Sexta Clase	13:00 – 14.30

Fuente: Elaboración Propia a partir del Plan de Centro

Los cambios de clase son continuos, es decir, no hay espacio de tiempo entre uno y otro. No obstante, como el desplazamiento del alumnado de ESO para cambiar de aula conlleva necesariamente un tiempo, se considera que el alumnado debe tener un margen para llegar a la siguiente aula que no supere los 5 minutos.

4.2.5 Alumnado

Esta unidad va dirigida a un grupo de segundo de Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales formado por 20 alumnos (11 alumnas y 9 alumnos) de un contexto socio económico medio. En el grupo solo hay una persona repetidora y dos alumnas con necesidades específicas de apoyo educativo (NEAE), los cuales se han tenido en cuenta a la hora de elaborar la presente programación. Una de ellas presenta altas capacidades intelectuales y la otra alumna deficiencia auditiva ligera.

Es necesario resaltar que el tipo de alumnado que presenta NEE, necesita una adaptación significativa del currículo, ya que precisa de refuerzos individualizados o atenciones personalizadas. Estas medidas se detallan en el apartado Estrategias/Tratamiento de la Diversidad.

4.3 OBJETIVOS

La definición recogida en el Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, por el que se establece el currículo básico de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato, sobre el concepto objetivos es la siguiente:

“Los objetivos son los referentes relativos a los logros que el estudiante debe alcanzar al finalizar cada etapa, como resultado de las experiencias de enseñanza-aprendizaje intencionalmente planificadas a tal fin”.

A continuación se van a desarrollar los objetivos referentes a la unidad didáctica tratada. Se clasifican en tres niveles.

4.3.1 Objetivos de Etapa

Los objetivos de etapa según el Real Decreto 110/2016 son los expuestos a continuación:

- a) Ejercer la ciudadanía democrática, desde una perspectiva global, y adquirir una conciencia cívica responsable, inspirada por los valores de la Constitución Española así como por los derechos humanos, que fomente la corresponsabilidad en la construcción de una sociedad justa y equitativa.
- 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.
- d) Afianzar los hábitos de lectura, estudio y disciplina, como condiciones necesarias para el eficaz aprovechamiento del aprendizaje, y como medio de desarrollo personal.
- k) Afianzar el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, trabajo en equipo, confianza en uno mismo y sentido crítico.

4.3.2 Objetivos de Materia

La Orden de 14 de julio de 2016 por la que se desarrolla el currículo correspondiente a la Educación Secundaria Obligatoria en la Comunidad de Andalucía establece los siguientes objetivos de materia:

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.

4.3.3 Objetivos Específicos

A continuación se detallan los objetivos específicos de la materia objeto de estudio:

1. Conocer el concepto y los tipos de empresa así como las diferentes funciones o áreas funcionales.
- 2.
3. Enunciar el concepto de empresario e identificar las etapas en la evolución del mismo.
4. Distinguir las empresas en función de su tamaño y determinar los principales factores que influyen en el mismo.
5. Analizar las diversas formas jurídicas empresariales y estudiar sus características básicas.

4.4 CONTENIDOS

El contenido de la presente Unidad Didáctica según la Orden 14 de Julio de 2016, es el expuesto a continuación.

- El empresario. Concepto y tipos.
- Clases de empresas:
 - Según su tamaño.
 - Según el sector donde desarrollan su actividad.
 - Según la propiedad de su capital.
 - Según el ámbito de actuación.
 - Según su forma Jurídica.

4.4.1 Contenidos Transversales

De acuerdo con lo establecido en el artículo 6 del Decreto 110/2016, de 14 de junio, y sin perjuicio de su tratamiento específico en las materias del Bachillerato que se vinculan directamente con los aspectos detallados a continuación, el currículo incluirá de manera transversal los siguientes elementos:

1. El respeto al Estado de Derecho y a los derechos y libertades fundamentales recogidos en la Constitución Española y en el Estatuto de Autonomía para Andalucía.
2. 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.
3. La educación para la convivencia y el respeto en las relaciones interpersonales, la competencia emocional, el autoconcepto, la imagen corporal y la autoestima como elementos necesarios para el adecuado desarrollo personal, el rechazo y la prevención de situaciones de acoso escolar, discriminación o maltrato, la promoción del bienestar, de la seguridad y de la protección de todos los miembros de la comunidad educativa.
4. 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.
5. 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.
6. El fomento de la tolerancia y el reconocimiento de la diversidad y la convivencia intercultural, el conocimiento de la contribución de las diferentes sociedades, civilizaciones y culturas al desarrollo de la humanidad, el conocimiento de la historia y la cultura del pueblo gitano, la educación para la cultura de paz, el respeto a la libertad de conciencia, la consideración a las víctimas del terrorismo, el conocimiento de los elementos fundamentales de la memoria democrática vinculados principalmente con hechos que forman parte de la historia de Andalucía, y el rechazo y la prevención de la violencia terrorista y de cualquier otra forma de violencia, racismo o xenofobia.
7. 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.
8. 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.

9. 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.

4.4.2 Contenidos Interdisciplinares

A continuación se van a describir una serie de contenidos que se pueden desarrollar en la presente unidad didáctica:

Educación Ambiental:

- Promover el desarrollo de una economía sostenible.
- Concienciar al alumnado sobre la importancia del medio ambiente en el ámbito empresarial.

Coeducación:

- Fomentar la coeducación en los trabajos cooperativos realizados durante la unidad didáctica, como el rechazo a la discriminación por raza, sexo o clase social.

Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC):

- Impulsar el uso de las TIC en las tareas y trabajos cooperativos propuestos en la presente unidad didáctica, ya que el alumnado debe de ser competente en el uso de las nuevas tecnologías.

4.5 COMPETENCIAS

En el transcurso de la Unidad Didáctica el alumnado adquiere una serie de competencias a través de las actividades propuestas, las cuales están relacionadas con los contenidos de la unidad. Estas competencias son las siguientes:

- Competencia de aprender a aprender (CAA), fomentando así el aprendizaje de manera autónoma a través del trabajo cooperativo, el trabajo individual, el debate, los mapas conceptuales y los cuestionarios.

- Competencias sociales y cívicas (CSC), las cuales son desarrolladas en los trabajos planteados y en las actividades de síntesis para que aprenda por sí mismo a enfrentarse a situaciones problemáticas con eficiencia.
- Competencia de sentido de iniciativa y espíritu emprendedor (SIEP), esta competencia se pone en práctica en los trabajos, mapas conceptuales, en el debate y cuestionarios, pudiendo aplicarse esta competencia a futuras situaciones reales donde el alumnado deba poner en práctica sus habilidades de análisis, organización y planificación.
- Competencia de conciencia y expresiones culturales (CCEC), poniendo en valor entre el alumnado la creatividad, iniciativa, imaginación a través del trabajo cooperativo, individual y las actividades de síntesis.
- Competencia Digital (CD), la unidad didáctica se apoya en las nuevas tecnologías, por lo que el alumnado en cada una de las actividades propuestas desarrolla esta competencia.
- Comunicación Lingüística (CCL), a través de todas las actividades planteadas en la unidad se impulsa la comprensión de textos y comunicarse correctamente tanto a nivel oral como escrito.

En el apartado referente a los anexos (Anexo 1), se puede observar la clasificación de actividades a realizar en la presente U.D y las competencias a desarrollar en cada uno de ellas.

4.6 METODOLOGÍA Y RECURSOS DIDÁCTICOS

En esta unidad didáctica se propone utilizar una metodología activa, progresiva, variada, estimulante y socializada, ya que en todo momento se pretende captar la atención del alumnado con el objetivo de que puedan asimilar los contenidos de una forma eficiente y adquirir las competencias expuestas en el apartado anterior, fomentando así un aprendizaje competencial. Para ello se utilizarán los siguientes métodos de enseñanza:

- Método expositivo: Este método se utiliza para introducir la unidad didáctica y explicar los conceptos más complejos, realizando así una presentación oral de los contenidos referentes al concepto y tipos de empresariado para que posteriormente puedan aplicar estos conceptos aprendidos a las actividades prácticas propuestas. Para ello se fomenta la participación del alumnado mediante preguntas y diálogos sobre los conceptos explicados.
- Método de Indagación: Se promueve una actitud más participativa entre el alumnado a través de experiencias en grupo y la propia investigación personal.

Por tanto se pone en valor el trabajo cooperativo, utilizando métodos productivos donde el alumnado aprende trabajando en equipo.

- **Aprendizaje Significativo:** Se realiza un intercambio de información con el objetivo de mantener una participación activa del alumnado y que participe en la construcción de los conceptos que impliquen razonamiento. Este método se utiliza para explicar los tipos de empresas, ya que se quiere evitar la memorización y fomentar la comprensión del contenido para que sea más duradera.

Tal y como se ha mencionado en apartados anteriores, en esta unidad didáctica se realiza un especial énfasis en el tratamiento de la diversidad y por esta razón se propone una metodología basada en el trabajo cooperativo en grupos heterogéneos y tutorías entre iguales para promover la inclusión.

Es necesario resaltar que esta metodología va acompañada de un clima de respeto y convivencia que ayude a promover la motivación entre el alumnado.

En función de los métodos descritos se van a utilizar dos tipos de recursos didácticos:

- **Recursos Organizativos:**
 - **Aula de clase:** Las mesas del aula están dispuestas en forma de U, cuando se utilice el método expositivo e interrogativo y cuando se aplique el método de descubrimiento el alumnado se agrupa con sus compañeros/as formando un total de cinco equipos.
 - **Aula Informática:** Para la realización de las actividades propuestas en la unidad que impliquen trabajo cooperativo y uso de las Tic se utiliza el aula de informática.
- **Recursos Materiales:**
 - **Material Informático:**
 - Ordenador o móvil con conexión a internet para utilizar herramientas educativas como pueden Kahoot o canva.
 - Proyector y cañón para las presentaciones realizadas en la unidad didáctica.
 - **Material Didáctico:**
 - Libro Texto: Alfaro J., González C. y Pina M. (2016). Economía 2º Bachillerato. Madrid, McGraw-Hill.
 - Edmodo.
 - Blog clase.

4.7 ACTIVIDADES Y TAREAS

En este apartado se desarrollan las actividades que se van a realizar en la presente Unidad Didáctica, las cuales se van a clasificar en actividades de iniciación, desarrollo, apoyo o refuerzo, ampliación, consolidación, evaluación, recuperación y complementarias y extraescolares.

Resaltar que durante la impartición de la unidad didáctica, se va a utilizar como elemento de apoyo las siguientes herramientas:

1. **Plataforma educativa** (edmodo), donde el alumnado puede descargar contenido referente a la unidad didáctica e interactuar con el profesor y el resto de alumnado a través de diversas aplicaciones que ofrece esta herramienta, las cuales se detallan en las actividades propuestas. Con la utilización de esta herramienta se fomenta la competencia digital y la competencia aprender a aprender.
2. **Blog**, con esta herramienta, el alumnado publicará las conclusiones de trabajos propuestos en la unidad, incentivando así la competencia de aprender a aprender y la competencia digital.
3. **Canva**, herramienta que facilita al alumnado la creación de diseños propuestos en esta unidad, fomentando así la competencia digital, la competencia de aprender a aprender y la competencia de sentido de iniciativa y espíritu emprendedor.

A continuación se detallan las actividades a realizar en la unidad didáctica (Véase Anexo 1, cuadro resumen actividades):

4.7.1 Actividades de Iniciación

Al comienzo de la unidad didáctica, en la primera sesión se va a realizar las siguientes actividades:

- Actividad 1: Cuestionario previo con Kahoot cuyo objetivo es valorar los conocimientos, destreza y actitudes del alumnado en referencia a la unidad didáctica tratada. Este cuestionario está compuesto por 5 preguntas cortas, donde se pone en valor la competencia de aprender a aprender, competencias sociales y cívicas, competencia de sentido de iniciativa y espíritu emprendedor, competencia de conciencia y expresiones culturales y la competencia digital.
- Actividad 2: Herramienta de autoconocimiento, la cual debe de ser respondida por el alumnado en su totalidad con el objetivo de que tanto el profesorado como ellos/as conozcan sus metas sobre la materia y así poder modificar, plantear o diseñar nuevas actividades que les ayuden a conseguir dichas metas. Al igual que en la actividad anterior se trabajan todas las competencias,

realizando un especial énfasis en la competencia de aprender a aprender, ya que es necesario que se conozcan así mismos para aprender de manera autónoma de acuerdo con unos objetivos y necesidades (Ver anexo 2).

4.7.2 Actividades Desarrollo

En este apartado se desarrollan dos tipos de actividades en las que se trabajan todas las competencias expuestas en la unidad, ya que es de vital importancia que el alumnado aprenda a superar obstáculos (CAA), participe en la toma de decisiones (CSC), desarrolle su capacidad de análisis, planificación y organización (SIEP), desarrolle la iniciativa y la creatividad (CCEC), utilice recursos tecnológicos (CD) y se exprese correctamente de forma oral y escrita.

Las actividades propuestas con las competencias previamente relacionadas son las siguientes:

- Actividad 3: Debate a partir de un caso práctico sobre la elección de la forma jurídica de una empresa. Las instrucciones a seguir para la realización del debate son repartidas a cada alumno/a indicando el instrumento de evaluación que se va a utilizar, que en este caso es una lista de cotejo. (Ver anexo 3)
- Actividad 4: Trabajo Cooperativo sobre los conceptos de empresa y empresario. Al igual que en la actividad anterior al alumnado se le entrega un documento con las instrucciones para realizar el trabajo y los criterios de evaluación a tener en cuenta para evaluar el grado de adquisición de los conocimientos y competencias adquiridas, cuyo instrumento de evaluación utilizado es la rúbrica. (Ver anexo 4)
- Actividad 5: Elaboración de un mapa conceptual por el alumnado al término de cada punto de la unidad didáctica, los cuales están expuestos en el apartado contenido, y son detallados a continuación:
 - El empresario. Concepto y tipos.
 - Clases de empresas.

Una vez elaborado el mapa conceptual, el alumnado selecciona uno de entre todos los realizados, el cual se subirá al blog de la clase para que todos/as puedan acceder a dicho mapa. El objetivo de la realización de esta actividad es potenciar la capacidad de síntesis del alumnado y conseguir que los conocimientos sean asimilados de una manera correcta y fácil, a la vez que potenciamos la creatividad y la toma de decisiones.

4.7.3 Actividades Consolidación

La actividad de consolidación propuesta para esta unidad didáctica es una actividad creativa, en la cual a través del uso de las nuevas tecnologías se pretende conseguir que el alumnado asimile los conceptos estudiados en la unidad y adquiera cada una de las competencias propuestas en la misma. La actividad propuesta es la siguiente:

- Actividad 6: A través de la realización de un trabajo cooperativo, el alumnado debe de realizar una serie de tareas propuestas cuyo resultado final es la realización de un video de experiencias empresariales, donde se recojan testimonios reales de empresas de la comarca de la campiña de Jaén. Esta actividad es evaluada con una rúbrica la cual está expuesta junto con las instrucciones en el documento entregado a cada alumno/a (Ver Anexo 5).

4.7.4 Actividades Apoyo o Refuerzo

En este apartado se proponen una serie de actividades de apoyo para atender al alumnado con ritmos de aprendizaje diferentes, como es el alumno repetidor o cualquier otro alumno o alumna que necesite reforzar los conocimientos durante la impartición de la unidad didáctica. La actividad de refuerzo planteada es la siguiente:

- Actividad 7: Glosario de términos económicos vistos en la unidad y elaborados por el alumnado que los necesite en la aplicación GoConqr. El instrumento de evaluación utilizado para calificar esta actividad es el registro anecdótico (Ver anexo 6).

4.7.5 Actividades Ampliación

Las actividades de ampliación propuestas en este epígrafe permiten al alumnado a asimilar mejor los conceptos aprendidos en la lección y a desarrollar y poner en práctica las competencias adquiridas. Estas actividades están relacionadas con todas las competencias propuestas para esta unidad y abarcan todos los contenidos tratados en la misma. Estas actividades son detalladas a continuación.

- Actividad 8: Actualización y participación en el Blog de clase.

Al comienzo de la unidad didáctica se crea un blog con la herramienta wordpress para fomentar el uso de las nuevas tecnologías entre el alumnado y despertar el interés sobre los contenidos de la unidad. Diariamente se publican los resultados de las actividades propuestas en la unidad para que todo el alumnado tenga acceso a las mismas, así como información relevante referente a deficiencias auditivas u otros temas de interés para el alumnado. La actividad se evalúa a través del registro anecdótico.

- Actividad 9: Publicación noticia relacionada con la Economía.

Utilización de la herramienta edmodo para compartir contenidos. Un/a alumno/a debe subir cada día una noticia relacionada con la Economía, la cual se comenta los primeros minutos de clase, con el objetivo de que estén conectados con el mundo real y que estén motivados. Para evaluar esta actividad se utiliza el registro en anecdótico.

En este apartado se realiza un especial énfasis en el tratamiento a la diversidad, ya que en la clase hay dos alumnas que presentan neae, y por tanto es necesario desarrollar actividades específicas para ayudarlos y motivarlos.

La actividad planteada para la alumna que presenta altas capacidades, es una actividad que promueve el desarrollo de la creatividad y fomenta la investigación intelectual y es detallada a continuación:

- Actividad 10: Trabajo individual sobre una empresa real. Con este trabajo se pretende motivar a la alumna y evitar que se aburra en clase, ya que se le plantea una actividad relacionada con la realidad actual y el tema a tratar en la unidad. Al igual que en la mayoría de actividades planteadas en la unidad se pretenden trabajar todas las competencias relacionadas con dicha unidad, ya que se pretende que con las actividades planteadas el alumnado fomente y desarrolle las máximas competencias posibles. Las instrucciones para la realización del trabajo, así como la forma de evaluación se entregará a la alumna. Este documento puede verse en el apartado de anexos (Anexo 7).

Para el alumnado con una deficiencia auditiva leve no se han planteado actividades concretas pero sí estrategias que son necesarias para la integración en el aula y la adquisición de conocimientos y competencias. Estas estrategias están desarrolladas en el apartado Estrategias/Tratamiento de la Diversidad.

4.7.6 Actividades Evaluación

Con la actividad propuesta se pretende evaluar el grado de adquisición de los conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y competencias adquiridos por el alumnado en la unidad didáctica. Para ello se ha desarrollado un cuestionario teórico-práctico detallado a continuación:

- Actividad 11: Cuestionario Teórico-Práctico.

El presente cuestionario está dividido en dos partes, una parte teórica que consta de cinco preguntas cortas sobre el conjunto de los contenidos tratados en la unidad y una parte práctica donde se plantea un caso práctico relacionado con los tipos de empresas. Ambas partes son valoradas por medio de dos rúbricas elaboradas para tal fin (Ver anexo 8).

4.7.7 Actividades de Recuperación

La actividad propuesta en este apartado está dirigida al alumnado que obtenga una calificación menor a 5 en las actividades propuestas en esta unidad didáctica, siendo el objetivo principal que el alumnado demuestre sus conocimientos y competencias sobre la materia estudiada.

La actividad de recuperación planteada es la siguiente:

Actividad 12: Trabajo individual sobre los contenidos tratados en la unidad, el cual consta de dos partes: Elaboración de una presentación y exposición en clase. Esta actividad se va a calificar a través de una rúbrica (Ver anexo 9).

Tal y como se expone en el epígrafe sistema de recuperación, se debe de elaborar un informe previo para que el alumnado que no haya obtenido la calificación mínima exigida pueda acceder a esta actividad de recuperación.

4.7.8 Actividades Complementarias

Para integrar y perfeccionar los contenidos impartidos en esta unidad didáctica se plantea una actividad complementaria para que el alumnado relacione los contenidos aprendidos en la unidad con experiencias reales, fomentando así su curiosidad e interés sobre el tema. Esta actividad pone en práctica tanto los contenidos como las competencias enlazadas con la unidad didáctica.

La actividad planteada se detalla a continuación:

- Actividad 13: Taller Experiencias Empresariales.

Este taller tiene una duración de 55 minutos, en los que diferentes empresarios/as de la zona relatan sus aventuras profesionales y explican el tipo de empresa que dirigen con el objetivo de que el alumnado pueda visualizar con un enfoque práctico los conceptos aprendidos en la unidad y participe de una manera activa e interactuando a través de un debate grupal generado por los testimonios del empresariado. Las empresas seleccionadas son:

- Cooperativa San Isidro Labrador. La presidenta es una mujer y es la encargada de explicar al alumnado su experiencia en esta cooperativa, realizando un especial énfasis en el papel de la mujer en un sector donde predominan mayoritariamente los hombres.
- Asesoría Gómez Abogados & Asesores. El propietario de esta asesoría, es el encargado de comentar el tipo de empresa que regenta y las dificultades y oportunidades encontradas en su trayectoria profesional.

Para evaluar esta actividad se utiliza el registro en anecdótico.

4.7.9 Actividad Extraescolar

Esta actividad tal y como su nombre indica se realiza fuera del horario lectivo y por tanto no es obligatoria. La Actividad planteada es la siguiente:

- Actividad 14: Visita a Empresas Comarca de la Campiña de Jaén.

Las empresas programadas para visitar son [Productos Campos](#) y [Oleorasa Tour](#)

Partiendo de la premisa de que las salidas son esenciales para consolidar la formación académica, cultural y personal del alumnado; con esta salida en particular se pretende conseguir los siguientes objetivos:

- Inculcar al alumnado el interés por el descubrimiento de nuevos conceptos y realidades, fomentando sus habilidades sociales ya que en la visita, el alumnado debe interactuar con el empresariado para completar una serie de preguntas propuestas por el profesorado.
- Fomentar valores como la confianza, la igualdad, la solidaridad, el respeto, la empatía, el espíritu emprendedor y el trabajo en equipo.
- Promover la capacidad de resolución de conflictos, para que puedan desenvolverse con autonomía en diversas situaciones diarias.

En el apartado anexo, más concretamente en el anexo 10 se detallan las preguntas que debe completar el alumnado en la visita con el objetivo de fomentar su atención e interés en la misma.

4.8 ESTRATEGIAS/TRATAMIENTO DE LA DIVERSIDAD

Tal y como se ha comentado en el apartado de contextualización, dentro del grupo de alumnos/as a los cuales va destinada esta unidad didáctica, hay dos alumnas que presentan necesidades educativas especiales, una de ellas tiene altas capacidades intelectuales, y otra una deficiencia auditiva ligera.

Para el tratamiento de estas necesidades educativas especiales se propone una actividad de refuerzo propuesta en el apartado actividades y la cual está desarrollada en el epígrafe de anexos (Anexo 7). La presente actividad ha sido elaborada por el equipo de orientación del centro y el profesorado que imparte la presente asignatura, siguiendo una metodología basada en la inteligencia emocional y en el desarrollo de las competencias relacionadas con esta unidad didáctica.

Aparte de esta actividad, el profesorado debe promover el desarrollo cognitivo en el proceso enseñanza aprendizaje y en la medida de lo posible involucrar a la familia de la alumna en dicho proceso.

Es necesario incidir en que el alumnado que presenta altas capacidades intelectuales tiene gran capacidad de observación, son muy perfeccionistas y presentan una elevada comprensión de ideas por lo que el objetivo de las estrategias planteadas para tratar esta necesidad educativa especial, es despertar la curiosidad, la creatividad y sobre todo evitar que no se aburran y dejen de aprender.

En referencia a la otra alumna con una deficiencia auditiva ligera, las estrategias a implantar durante la impartición de la unidad didáctica serían las siguientes:

- El primer paso, es la utilización de herramientas digitales para controlar el ruido en la clase (Ej: Zero Noise Classroom), sobre todo en los trabajos cooperativos.
- A través del blog de clase se facilita información al alumnado a través de diversos artículos y videos sobre un implante coclear y un audífono para que estén concienciados con esta temática. (Ej: En este [enlace](#) se puede observar el oído en 3d)
- En la herramienta colaborativa usada en clase, se subirán diariamente archivos con el tema tratado en clase y los ejercicios propuestos, así como todo el material complementario a la unidad.

Para finalizar, es necesario hacer una especial mención a la importancia de este apartado en el desarrollo de la unidad didáctica ya que es necesario que el alumnado que presente necesidades educativas especiales este integrado en clases ordinarias, por tanto es necesario desarrollar estrategias y proponer actividades para fomentar una educación de calidad, integradora e inclusiva.

4.9 TEMPORALIZACIÓN

La unidad didáctica propuesta se desarrolla en 9 sesiones, cada sesión toma como eje principal los contenidos de la unidad didáctica y se mezclan partes teóricas y prácticas con una metodología activa y creativa.

Es necesario realizar un especial énfasis en la actividad destinada a la alumna diagnosticada con altas capacidades. Esta actividad se propone a la alumna en la sesión 5 y puede desarrollarla durante la clase siempre y cuando finalice las actividades propuestas en cada sesión. También es necesario mencionar que para esta unidad se plantea una actividad extraescolar “Visita a empresas de la zona” con el objetivo de afianzar los conocimientos y competencias adquiridas en la misma, así como fomentar las relaciones sociales entre el alumnado fuera de las aulas.

Dicha temporalización puede sufrir modificaciones, ya que debe de adaptarse al alumnado y por tanto es necesario que sea flexible.

A continuación se expone una breve sinopsis de la temporalización de la unidad didáctica:

Sesión	Contenidos	Actividades	Organización, Tiempo y Espacio	Tipo Metodología	Recursos Materiales
1	El empresario. Concepto y tipos	- Cuestionario Inicial. - Herramienta de Autoevaluación. - Registro en plataforma edmodo	- 10 minutos: Cuestionario y registro en plataforma. - 10 minutos: Herramienta Autoevaluación - 40 minutos: Explicación contenidos.	Metodología expositiva	- Ordenador o móvil - Libro Texto
2	El empresario. Concepto y tipos	- Noticia edmodo - Trabajo Cooperativo "Figura Empresario"	- 5 minutos: Noticia edmodo - 5 minutos: Explicación Actividad. - 50 minutos: Realización actividad	Método Indagación	Ordenador: Blog, Canva, Edmodo.
3	El empresario. Concepto y tipos	- Noticia edmodo - Trabajo Cooperativo "Figura Empresario"	- 5 minutos: Noticia edmodo - 40 minutos: Presentación resultados trabajo. - 15 minutos: Mapa conceptual contenido.	Método Indagación	- Ordenador: Blog, Canva, Edmodo. - Proyector y cañón.

4	Clases de Empresas.	Noticia edmodo Trabajo Diversidad: Empresa Actual	- 5 minutos: Noticia edmodo - 50 minutos: Explicación Contenidos - 5 minutos: Explicación trabajo diversidad	Aprendizaje Significativo	- Ordenador o móvil: edmodo - Libro Texto
5	Clases de Empresas.	Noticia edmodo Debate “Elección forma Jurídica”	- 5 minutos: Noticia edmodo - 40 minutos: Realización actividad Debate. - 15 minutos: Mapa conceptual	Método Indagación	- Ordenador o móvil: edmodo, blog.
6	- El empresario. Concepto y tipos - Clases de Empresas.	- Noticia Edmodo - Trabajo Cooperativo “Video experiencias profesionales”	- 5 minutos: Noticia edmodo - 5 minutos: Instrucciones Trabajo Cooperativo. - 50 minutos: realización trabajo. - Explicar el trabajo de refuerzo para realizarlo en casa.	Método Indagación	- Ordenador: Blog, Canva, Edmodo. - Móvil
7	- El empresario. Concepto y tipos	Cuestionario Final	- 5 minutos: Explicación actividad		Papel y bolígrafo

	- Clases de Empresas.		- 55 minutos: Cuestionario		
8	- El empresario. Concepto y tipos - Clases de Empresas.	- Noticia Edmodo - Taller “Experiencias Profesionales”	- 5 minutos: noticia Edmodo. - 55 minutos: Taller Experiencia Profesionales.	Método Indagación	- Ordenador o móvil: edmodo
9	- El empresario. Concepto y tipos - Clases de Empresas.	- Noticia Edmodo - Trabajo Individual Recuperación - Trabajo Cooperativo “Video experiencias profesionales	- 5 minutos: noticia Edmodo. - 25 minutos: Presentación Trabajo Recuperación. - 30 minutos: Presentación trabajo cooperativo	Método Indagación	- Ordenador: Blog, Canva, Edmodo. - Proyector y cañón.

4.10 EVALUACIÓN

Esta unidad didáctica tiene conexión con los criterios de evaluación 1 y 2 de la materia Economía de Empresa, más concretamente a la unidad 1, recogidos en la [Orden de 14 de Julio de 2016, por la que se desarrolla el currículo correspondiente a la Educación Secundaria Obligatoria 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.](#)

4.10.1 Tipo de evaluación

Se realizan tres procesos de **evaluación**:

- **Evaluación Inicial**, consta de preguntas tipo test para comprobar los conocimientos iniciales del alumnado sobre la materia a tratar y una herramienta de autoevaluación para que el alumnado fije sus objetivos y el profesorado también los conozca para poder fijar las estrategias adecuadas.
- **Evaluación formativa**, basada en los siguientes instrumentos:
 - a. Registro Anecdótico: Para ello se utilizará la observación del trabajo realizado en clase, la participación en el blog y en las herramientas colaborativas propuestas en clase (edmodo): actitud, dedicación, participación, interés mostrado, esfuerzo, predisposición al trabajo en equipo, etc.
 - b. Rúbrica: La realización de las diferentes actividades programadas en la unidad a través del trabajo cooperativo.
 - c. Lista de Cotejo: Un debate para poner en práctica los conocimientos y competencias.
- **Evaluación final**, que se llevará a cabo mediante una prueba teórica con preguntas cortas, con el objetivo de verificar la comprensión de los contenidos estudiados en la unidad.

4.10.2 Criterios de Evaluación

Los criterios de evaluación correspondientes a la unidad a tratar son los expuestos a continuación:

1. Describir e interpretar las clases de empresas.
2. Identificar y analizar el concepto de empresario.

Estos criterios a su vez están relacionados con los contenidos que se imparten en la unidad didáctica:

- Clases de empresas. (Criterio: 1)
- El empresario. Concepto y tipos (Criterio: 2)

No obstante, para visualizar este apartado de una forma más esquemática, en la parte de anexos se incluye una tabla donde se detallan los contenidos, los criterios de evaluación asociados a cada contenido, los estándares de aprendizaje evaluables, la relación de competencias con estándares, los instrumentos de evaluación, los procedimientos y una serie de actividades a realizar por el alumnado (Anexo 11).

4.10.3 Estándares de Aprendizaje Evaluables

Los estándares de aprendizaje evaluables son especificaciones de los criterios de evaluación que permiten definir los resultados de aprendizaje y concretan lo que el alumnado debe saber, comprender y saber hacer en la unidad didáctica impartida. A continuación se exponen los estándares de aprendizaje de la unidad didáctica y el criterio de evaluación con el cual están relacionados:

- Distingue las diferentes clases de empresas (Criterio 1).
- Analiza, para un determinado caso práctico, los distintos criterios de clasificación de empresas: según la naturaleza de la actividad que desarrollan, su dimensión, el nivel tecnológico que alcanzan, el tipo de mercado en el que operan, la fórmula jurídica que adoptan, su carácter público o privado (Criterio 1).
- Identifica los diferentes tipos empresarios (Criterio 2).

4.10.4 Procedimientos de Evaluación

Los procedimientos o técnicas seleccionadas para evaluar son las siguientes:

- Observación, a través de las siguientes instrumentos de evaluación:
 - Registro Anecdótico: Se recoge el trabajo realizado por el alumnado observando determinadas actividades como la utilización de herramientas digitales durante la clase y fuera de ésta, más concretamente en las actividades complementarias y extraescolares propuestas para esta unidad didáctica y realizando una especial incidencia en las actividades de ampliación, las actividades para la diversidad e iniciación.
 - Rúbrica: Se utiliza este tipo de instrumento para evaluar las actividades diseñadas a partir del trabajo cooperativo.
 - Lista Cotejo: Este instrumento es utilizado para evaluar la actividad referente al debate, donde el alumnado a partir de un caso práctico tiene que solventar una situación.
- Pruebas, por medio de los siguientes instrumentos de evaluación:
 - Cuestionario Inicial.
 - Cuestionario final con los contenidos impartidos en clase.

4.10.5 Instrumentos de Evaluación

Los instrumentos de evaluación que se van a utilizar en esta unidad didáctica se clasifican en dos, referentes al proceso de aprendizaje y referentes al proceso de enseñanza:

- Proceso de aprendizaje:
 1. Cuestionario: Al comienzo de la unidad didáctica se realiza un cuestionario inicial para evaluar los conocimientos del alumnado y así poder adaptar los contenidos en el caso de que fuese necesario y al final de la misma un cuestionario teórico práctico para verificar que se han asimilado los contenidos de la unidad correctamente y se han adquirido las competencias descritas en la unidad.
 2. Registro Anecdótico donde se realizará una observación de conductas, la participación del alumnado en las herramientas propuestas y el grado de consecución en las actividades de ampliación, complementarias, extraescolares y de diversificación planteadas de la presente unidad didáctica.
 3. Rúbrica, se utiliza para la valoración de las actividades propuestas en grupo colaborativo.
 4. Lista de Cotejo, valoración del debate sobre un caso práctico.
- Del proceso de enseñanza:
 1. Por parte del profesorado: reflexionar sobre la adecuación de la planificación realizada en la unidad, ya que es importante que se adapte a los conocimientos del alumnado y tenga en cuenta a las personas con necesidades especiales educativas. Para ello se llevará un diario de clases.
 2. Por parte del alumnado: al final de la unidad se le facilita un cuestionario para que evalúen al profesorado, la metodología utilizada y las actividades planteadas en clase.

La calificación de cada alumno/a se obtendrá a partir de la ponderación de cada uno de los instrumentos de evaluación referentes al proceso de aprendizaje. El peso de dichos instrumentos es el siguiente:

- Cuestionario: 20%
- Registro Anecdótico: 20%
- Rúbrica: 40%
- Lista cotejo: 20%

4.10.6 Sistema de Recuperación

En el caso de que el alumnado obtenga una calificación negativa, es decir, menor de 5 en alguna de las pruebas propuestas en la unidad didáctica, se emite un informe sobre los objetivos y contenidos no alcanzados del alumnado y una propuesta de actividades de recuperación, la cual incluye la realización de un trabajo sobre la temática de la unidad didáctica y su exposición en clase, para ello podrá utilizar herramientas tecnológicas (Ver anexo 8).

En cualquier caso, la calificación que se tendrá en cuenta para obtener la calificación final del curso será la obtenida en la prueba de recuperación.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera Klink, F. and Alcántara, V. (1994). *De la economía ambiental a la economía ecológica* (65-124). Barcelona: ICARIA.
- Alchian, A. y H. Demsetz (1986), Production, information costs, and economic organization. En Jay Barney y William Ouchi (eds.), *Organizational Economics* (129-155). EU: Jossey Bass Publishers.
- Alfaro Giménez, J., González Fernández, C., Pina Massachs M., (2016). *Economía de la Empresa 2º de Bachillerato*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Alonso, R. (2016). *Estacionalidad y las estrategias para vencerla*. Exceltur. Recuperado el 24 de abril, 2019, de <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2016/02/FEB.16.034.pdf>
- Alves, C. and Barcellos, R. (2019). *Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios turísticos*. Estudios y perspectivas en turismo. Recuperado el 24 de abril, 2019, de <http://file:///C:/Users/Carmen/AppData/Local/Temp/Dialnet-HospitalidadEmocionesYExperienciasEnLosServiciosTu-6871850.pdf>
- Amadeus Corporativo (2018). Recuperado el 9 de mayo de, 2019, de <https://corporate.amadeus.com/documents/es/investors/2018/cnmv-and-other-regulations/informe-de-resultados-3t-2018.pdf>
- Andreu, R., & Sieber, S. (1999). La gestión integral del conocimiento y del aprendizaje. *Economía Industrial*, 326, 63-72.
- Aragón Cánovas, F., & Nuñez Villanueva, V. (2015). Las plataformas de economía colaborativa como una tendencia que fomenta el turismo colaborativo. En *V Congreso Internacional de Turismo para Todos: VI Congreso Internacional de Diseño, Redes de Investigación y Tecnología para Todos*. (1-64). Madrid: Universidad Internacional de Andalucía. Recuperado el 29 de Abril , 2019, de <https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/3502/ACTAS-CITT-DRT4ALL.pdf>
- Arbonés, A. (2006). 2ª ed. *Conocimiento para innovar. Cómo evitar la miopía en la gestión de conocimiento*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Belk, R. (2014). Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0. *Anthropologist*, 18(1), 7–23.
- Berger, P., Luckmann, T., Zuleta, S., & Berger, P., (2003). *La construcción social de la realidad*. Paraguay: Amorrortu Editores
Recuperado el 24 de abril, 2019, de <https://zoonpolitikonmx.files.wordpress.com/2014/09/la-construccic3b3n-social-de-la-realidad-berger-luckmann.pdf>

- Blog Profesional de Turismo de Andalucía, (2012). *Receta del día: ¿Cómo se elabora una experiencia turística?* Recuperado el 12 de mayo, 2019, de <https://andalucianetwork.wordpress.com/2012/06/01/receta-del-dia-como-se-elabora-una-experiencia-turistica/>
- Bueno Campos, E. (2004): *Curso Básico de Economía de la Empresa*. Madrid: Pirámide.
- Canals, J. (2000). Crecimiento personal: Personas y tecnología en la nueva economía. *Revista Empresa Y Humanismo*, Vol. II (2), 337-370. Recuperado el 6 de mayo de, 2019, de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/3776/1/Canals.pdf>
- Cantillon, R. (1978). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Castillo Clavero, A. (1992). *Prácticas de gestión de empresas*. Madrid: Pirámide.
- Castelles, M. (1999) Internet y sociedad red. Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento. Recuperado el 9 de mayo, de 2019, de http://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/Castells_internet.pdf
- Castillo Clavero, A., & Abad Guerrero, I. (2013). *Introducción a la economía y administración de empresas*. Madrid: Pirámide.
- Coase, R. (1937). The Nature of the Firm. *Económica*, 4(16), 386-405.
- Charan, R. (2007). *Know-how*. New York: Crown Business.
- Corchero Pérez, M. (2008). La empresa turística: concepto, clases y ordenación jurídico-administrativa. *Revista de estudios económicos y empresariales*, (20), 73-106. Recuperado el 28 de abril, 2019, de <http://dehesa.unex.es/handle/10662/2388>
- 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.
- Demsetz, Harold (1997). *La economía de la empresa*. Madrid: Alianza Editorial.
- Euronews. (2019). *Japón: la Sociedad 5.0*. Recuperado el 28 de abril, 2019, de <https://es.euronews.com/2017/03/24/japon-la-sociedad-50>
- Femmine, L. (2019). La huelga que se volvió contra los propios taxistas. *El País*. Recuperado el 10 de mayo de, 2019, de https://elpais.com/economia/2019/02/15/actualidad/1550225122_895834.html
- Friedman, T. (2016). *Gracias por llegar tarde*. Barcelona: Deusto.

- Ford, H. (2015). *My life and work* (210). New York, NY: Open Road Integrated Media.
- Forno, F., & Garibaldi, R. (2015). Sharing Economy in Travel and Tourism: The Case of HomeSwapping in Italy. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16(2), 202-220.
- Galbraith, J. (1980). *El nuevo estado industrial* (87-88). Barcelona: Ariel.
- Gentry, M.K. (2007). Belizean women and tourism work: opportunity or impediment?. *Annals of Tourism Research*. Vol 34(2): 477-496.
- García Pascual, F. (2017). Tres décadas de cambios en el turismo mundial: el impacto de la globalización en los flujos turísticos. *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*.
- Google. (s.f.). [Mapa del Instituto Ciudad de Arjona, España en Google maps]. Recuperado el 12 de abril, 2019, de <https://www.google.com/maps/place/23760+Arjona,+Ja%C3%A9n/@37.9354404,-4.0660597,15z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0xd6c356f2db8c2bb:0x1ca4a905a07bf46f!8m2!3d37.9364973!4d-4.0580482>
- Guzmán, J. y Rodríguez, M.J. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial*, 18: 367-378.
- Hegel, G., & Wenceslao, R. (1995). *Lecciones sobre la historia de la filosofía*. México: Fondo de Cultura Económica. Recuperado el 3 de mayo de 2019, de [https://www.academia.edu/27750341/Hegel - Lecciones Sobre La Historia de la Filosofia I](https://www.academia.edu/27750341/Hegel_-_Lecciones_Sobre_La_Historia_de_la_Filosofia_I)
- Hein, W. (2002). Posfordismo y desarrollo regional sostenible con base en el turismo: visión de conjunto de los resultados. En E. Fürst & W. Hein (eds.), *Turismo de larga distancia y desarrollo regional en Costa Rica*, 25-82. San José, Costa Rica y Hamburgo: DEI y DUI
- Hesiodo (1983). Trabajo y días. En *Obras y fragmentos* (136). Madrid: Editorial Gredos.
- Huertas García, R. and Domínguez Galcerán, R. (2015). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- IES Ciudad de Arjona. Recuperado el 12 de abril, 2019, de <http://ciudaddearjona.x10host.com/wordpress/>

- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. SIMA - Arjona (Jaén). (2019). Recuperado el 12 de abril, 2019, de <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/ficha.htm?mun=23006>
- Instituto Nacional de Estadística. Cuenta Satélite del turismo de España (2019). Recuperado el 8 de mayo de, 2019, de http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863
- Jiménez Partearroyo, M. (2011). *La gestión informática de la empresa*. Madrid: Ra-Ma.
- Kast, Freemont y Rosenzweig, James (1989). *Administración en las Organizaciones. Enfoque de Sistemas y Contingencias*. México: McGraw-Hill.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2015). *Marketing turístico*. Madrid: Pearson.
- Langholm, O. (1992). *Economics in the medieval schools. Waelth, Exchange, value, money and usury according to the Paris theological tradition 1200-1350*. Nueva York: E. J. Brill.
- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa. Recuperado el 27 de abril, 2019, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12886>
- Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía. (2019). Recuperado el 25 de abril, 2019, de <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2011/255/1>
- Maquiavelo, N., Martínez Arancón, A., & Puigdomènech Forcada, H. (2000). *El príncipe*. Madrid: Tecnos.
- Maria i Serrano, J. (2001). *La globalizacion*. Barcelona: Cristianisme i Justícia.
- Marshall Cavendish. (2008). *Inventors and inventions*. Tarrytown, N.Y.
- Martín, V. (2012). *Historia de la empresa*. Madrid: Pirámide.
- Martín Rojo, I. (2014). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. Madrid: Pirámide.
- Matesanz, V. (2019). La importancia de cuidar a todos tus empleados. Forbes España. Recuperado el 30 de abril, 2019, de <http://forbes.es/business/6258/la-importancia-de-cuidar-a-todos-tus-empleados/>
- Ménard, C., & Shirley, M. (2008). *Handbook of new institutional economics*. Berlin: Springer.

- Méndez, M. (2019). Madrid pone coto a las VTC y las equipara al taxi: así podrás coger ahora un Uber o Cabify. *El Confidencial*. Recuperado el 10 de mayo de, 2019, de https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2019-05-09/madrid-vtc-uber-cabify-carmena-ordenanza_1991622/
- Mill, J. (2008). *Principios de economía política*. Madrid: Fundación ICO.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España (2019). Recuperado el 9 de mayo de, 2019, de <https://www.mincotur.gob.es/es-es/brexit/Paginas/preparados-para-Brexit.aspx>
- Molina, C. (2019). Madrid y Barcelona: dos maneras opuestas de controlar el fenómeno Airbnb. Recuperado el 12 de mayo de, 2019, de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/02/09/companias/1518181062_388775.html
- Orden de 14 de julio de 2016, por la que se desarrolla el currículo correspondiente a la Educación Secundaria Obligatoria 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. Recuperado el 27 de abril, 2019, de <https://www.juntadeandalucia.es/boja/2016/144/18>
- Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la educación primaria, la educación secundaria obligatoria y el bachillerato. Recuperado el 27 de abril, 2019, de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-738-consolidado.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (2019). *Las llegadas de turistas internacionales suman 1.400 millones dos años antes de las previsiones*. Recuperado el 9 de mayo de, 2019, de <http://www2.unwto.org/es/press-release/2019-01-21/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suman-1400-millones-dos-anos-antes>.
- Porter. L., Lawler, E., & Hackman. R. (1975). *Behaviour in organizations*. New York.: McGrawHill
- Proyecto Educativo de Centro (2018). *IES Ciudad de Arjona*. Arjona.
- Ramírez Marín, M. y Mercado Gómez J.A. (2011). *Mecanismos de gobierno y creación de valor en empresas familiares que cotizan en la bolsa mexicana de valores*. Universidad de las Américas. México. Recuperado el 24 de abril, 2019, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/mercado_g_ja/
- Putterman, L. (1994). *La naturaleza económica de la empresa* (79-84). Madrid: Alianza.

- Real Decreto 1105/2014, de 26 de diciembre, de *Educación*. Boletín Oficial del Estado, 3 de enero de 2015, núm. 3.
- Reijonen, H. (2008). Understanding the small business owner: what they really aim at and how this relates to firm performance: A case study in North Karelia, Eastern Finland. *Management Research News*. Vol 31(8): 616-629.
- Rifkin, J. (2003). *El fin del trabajo*. Barcelona: Paidós.
- Robbins, S. (1997). *Essentials of organizational behavior*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Sánchez Gil, M. (1964): *Concepto económico de empresa, Concepto de empresa I. Economía*. Madrid: Rialp
- Say, J., y Tapie Isoard, E. (2001). *Tratado de economía política*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sharma, A., y Upneja, A. (2005). Factors influencing financial performance of small hotels in Tanzania. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(6), 504-515.
- Shaw, G. (2003). *Entrepreneurial cultures and small business enterprises in tourism*. En M. C. Hall, A. Lew, y A. Williams (Eds.), Blackwells companion to tourism geography. Oxford, UK: Blackwells
- Schumpeter, J. A. (1978). *Teoría del desenvolvimiento económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Smith, A. y Rodríguez, Braun, C. (1994). *La riqueza de las naciones*. Madrid: Alianza Editorial. Recuperado el 30 de abril, 2019, de <http://pdfhumanidades.com/sites/default/files/apuntes/194-Smith%2C%20Adam%20-%20La%20riqueza%20de%20las%20naciones%20%28Alianza%29%20818%20pag%20IMPRIMIR%20EN%20AHORRO.pdf>
- Stone, B. (2018). *Lo que viene*. Barcelona:Deusto.
- Stiglitz, J.E. (2002): *El malestar en la globalización*. Madrid: Taurus.
- Szivas, E. (2001). Entrance into tourism entrepreneurship: a UK case study. *Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 163-172.
- Tezano, J. F. (2001). *La sociedad dividida*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- Thomas, R., Shaw, G. y Page, S.J. (2011). Understanding small firms in tourism: A perspective on research trends and challenges. *Tourism Management*. Vol 32(5): 963-976.
- Turgot, R. B. A (2009). *Reflexiones sobre la formación de la distribución de las riquezas*. Madrid: Ediciones Pirámide

- Valdaiso, J. M^º y López García, S. (2000). *Historia económica de la empresa*. Barcelona: Crítica
- Valhondo, D. (2003). *Gestión del conocimiento. Del mito a la realidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Vargas, Á. (2019). *Thomas Cook, ante el modelo de turoperación del futuro*. Recuperado el 6 de mayo de,2019, de https://www.hosteltur.com/127977_thomas-cook-ante-el-modelo-de-turoperacion-del-futuro.html
- Vilaseca i Requena, J., Lladós i Masllorens, J., Garay Tamajon, L., y Torrent i Sellens, J. 2007. Tecnologías de la Información y Comunicación, innovación y actividad turística: hacia la empresa en red. *Cuadernos de Turismo*. (19), 217 -240. Recuperado el 3 de mayo, 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/398/39801911.pdf>
- Williamson, Oliver (2010). Transaction costs economics: the natural progression. *American Economic Review*, 647-690. Recuperado el 2 de mayo, 2019, de <http://web.pdx.edu/~nwallace/EHP/TCEProgression.pdf>

7. ANEXO

6.1 ANEXO 1: ACTIVIDADES Y COMPETENCIAS ADQUIRIDAS

Inicio	• Cuestionario Inicial (Kahoot) • Herramienta de autoconocimiento	CAA,SIEP, CCEC,CD,CCL.
Desarrollo	• Debate: Caso práctico “Elección Forma Jurídica” • Trabajo Cooperativo: “Figura Empresario y Empresa” • Mapas Conceptuales publicados en Blog.	CAA,SIEP, CCEC,CD,CCL.
Consolidación	• Trabajo Cooperativo: Vídeo “Experiencias Empresariales”	CAA,SIEP, CCEC,CD,CCL.
Apoyo a la Diversidad	• Trabajo Refuerzo “Glosario Términos Económicos”	CAA,SIEP, CCEC,CD,CCL.
Ampliación	• Actualización y participación Blog • Noticia relacionada Economía (Edmodo) • Trabajo individual: Empresa Real	CAA,SIEP, CCEC,CD,CCL.
Evaluación	• Cuestionario final teórico-práctico	CAA,SIEP, CCEC,CD,CCL.
Recuperación	• Trabajo individual, temática U.D y exposición oral	CAA,SIEP, CCEC,CD,CCL.
Complementarias	• Taller Experiencias Empresariales	CAA,SIEP, CCEC,CCL

Extraescolares	• Visita a empresas de la zona.	CAA,SIEP, CCEC,CCL
----------------	---	-----------------------

6.2 ANEXO 2: ACTIVIDAD 2

¿Cuáles son tus objetivos con respecto a esta unidad didáctica?	¿Qué herramientas necesitas para cumplir los objetivos planteados?
Adquirir conocimientos que pueda utilizar dentro y fuera de clase.	• Asistir a clase. • Participar en las dinámicas propuestas en el aula. • ...

6.3 ANEXO 3: ACTIVIDAD 3

Debate “Elección Forma Jurídica”

Nombre alumno/a:	
Profesor/a:	
Fecha:	

Introducción

Esta actividad está enmarcada dentro de la materia Economía de la Empresa de segundo de Bachillerato, más concretamente en el tema 1 “La empresa”. Con esta actividad se van a trabajar las siguientes competencias:

- Competencia Aprender a Aprender.
- Competencia social y cívica.
- Competencia Sentido iniciativa y espíritu emprendedor.
- Competencia de Conciencia y Expresiones culturales.
- Comunicación Lingüística.
- Comunicación Digital.

Instrucciones

Lea el siguiente caso práctico de forma individual, y seleccione la forma jurídica más adecuada. Tras la lectura, análisis y las anotaciones de ideas principales se inicia un debate con el resto de compañeros/as, donde cada alumno/a debe justificar la elección propuesta. Al final del mismo y con ayuda del profesorado se realiza una breve síntesis de las conclusiones, las cuales se publican en el Blog de la clase.

El instrumento de evaluación utilizado para calificar esta actividad es una lista de cotejo expuesta a continuación.

Lista Cotejo:

Criterio	1	2	3	4	5	Peso
Demuestra conocimiento del caso práctico sobre la elección de la forma jurídica más apropiada propuesto en la unidad didáctica						20%
Participa activamente en el debate						20%
Demuestra capacidad de tolerancia hacia los demás						20%
Presenta argumentos precisos y relevantes sobre la elección de la forma jurídica más adecuada.						20%
Utiliza un vocabulario adecuado y conceptos estudiados en la unidad didáctica sobre las clases de empresas.						20%

Caso Práctico

Antonio desea abrir un restaurante y el capital del que dispone asciende a 20.000 euros, los cuales le han sido prestados por su padre.

Ayude a Antonio a decidir qué forma jurídica debe de adoptar su empresa, atendiendo a que la estimación de ingresos del primer año va a ser nula y las pretensiones de Antonio son básicas, es decir cubrir gastos y obtener un pequeño beneficio.

A continuación anote las ideas principales para ponerlas en común con el resto de sus compañeros/as.

6.4 ANEXO 4: ACTIVIDAD 4

Trabajo Cooperativo “Figura Empresario”

Nombre alumno/a	
Profesor/a	
Fecha	

Introducción

Esta actividad está enmarcada dentro de la materia Economía de la Empresa de segundo de Bachillerato, más concretamente en el tema 1 “La empresa”. Con esta actividad se van a trabajar las siguientes competencias:

- Competencia Aprender a Aprender.
- Competencia social y cívica.
- Competencia Sentido iniciativa y espíritu emprendedor.
- Competencia de Conciencia y Expresiones culturales.
- Comunicación Lingüística.
- Comunicación Digital.

Instrucciones

La clase se divide en equipos de 4 personas y cada equipo realiza las siguientes funciones:

1. Búsqueda, análisis y clasificación de fuentes referentes a la evolución de la figura del empresariado a lo largo de la historia, identificando las aportaciones teóricas.
2. Realización de una exposición oral de la infografía elaborada por cada grupo.
3. Una vez finalizada la infografía se realiza un concurso, siendo el jurado del mismo el propio alumnado. El equipo ganador publica su trabajo en el Blog de la clase.

El instrumento de evaluación utilizado para calificar la presente actividad es la rúbrica expuesta a continuación:

	EXPERTO	AVANZADO	APRENDIZ	NOVEL	PESO
	4	3	2	1	
Reconoce los tipos de empresarios	Puede reconocer 4 tipos de empresarios	Puede reconocer 3 tipos de empresario	Puede reconocer 2 tipos de empresario	Puede reconocer 1 tipo de empresario	40%
Identifica los diferentes tipos de empresa	Puede definir los 8 tipos de empresarios y los 4 tipos de empresas	Puede definir 7 tipos de empresarios y los 3 tipos de empresas	Puede definir los 6 tipos de empresarios y los 2 tipos de empresas	Puede definir los 5 tipos de empresarios y un tipo de empresas	40%
Exposición Oral	Utiliza el lenguaje verbal y oral de una manera correcta, y no lee las diapositivas	Hace un uso adecuado del lenguaje verbal y oral y frecuentemente usa sus notas	Habla en voz baja, pero es comprensible y lee la mayor parte de las diapositivas o sus notas.	El alumno/a lee las diapositivas o sus notas y apenas mira al alumnado	20%

6.5 ANEXO 5: ACTIVIDAD 6

Trabajo Cooperativo “Experiencias Empresariales”

Nombre alumno/a:	
Profesor/a:	
Fecha:	

Introducción

Esta actividad está enmarcada dentro de la materia Economía de la Empresa de segundo de Bachillerato, más concretamente en el tema 1 “La empresa”. Con esta actividad se van a trabajar las siguientes competencias:

- Competencia Aprender a Aprender.
- Competencia social y cívica.
- Competencia Sentido iniciativa y espíritu emprendedor.
- Competencia de Conciencia y Expresiones culturales.
- Comunicación Lingüística.
- Comunicación Digital.

Instrucciones

La clase se divide en equipos de 4 personas y cada equipo realiza las siguientes funciones:

1. Búsqueda de información del empresariado existente en la zona donde se ubica el Instituto de Educación Secundaria.
2. Selección de las empresas a visitar por el alumnado con el objeto de grabar en video diferentes experiencias profesionales de la Comarca la Campiña de Jaén.
3. Preparación de un listado de cuestiones de interés para preguntarle al empresariado seleccionado en los pasos anteriores.
4. Visita al empresariado para grabar un video didáctico y atractivo sobre el tema presentado.
5. Presentación en clase del video elaborado por cada grupo.

6. Una vez presentado el video se realiza un concurso, siendo el jurado del mismo el propio alumnado. El equipo ganador publica su video en las redes sociales del propio centro educativo.

El instrumento de evaluación utilizado para calificar la presente actividad es la rúbrica expuesta a continuación:

	EXPERTO	AVANZADO	APRENDIZ	NOVEL	PESO
	4	3	2	1	
Reconoce los tipos de empresarios	Puede reconocer 4 tipos de empresarios	Puede reconocer 3 tipos de empresario	Puede reconocer 2 tipos de empresario	Puede reconocer 1 tipo de empresario	30%
Identifica los diferentes tipos de empresa	Puede definir los 8 tipos de empresarios y los 4 tipos de empresas	Puede definir 7 tipos de empresarios y los 3 tipos de empresas	Puede definir los 6 tipos de empresarios y los 2 tipos de empresas	Puede definir los 5 tipos de empresarios y un tipo de empresas	30%
Elaboración Video	Calidad del video excelente. Al grado de conocimiento en la temática. Existe gran originalidad.	Calidad excelente en la mayor parte del video. Conocimiento básico sobre el tema. Existe cierta originalidad	Calidad aceptable. Información contenida básica. Basado en ideas de otros autores.	Calidad deficiente. Información breve. Originalidad nula.	30%
Exposición Oral	Utiliza el lenguaje verbal y oral de una manera correcta, y no lee las diapositivas	Hace un uso adecuado del lenguaje verbal y oral y lee ocasionalmente las diapositivas.	Habla en voz baja, pero es comprensible y lee la mayor parte de las diapositivas.	El alumno/a lee las diapositivas en su totalidad sin mirar al alumnado	10%

6.6 ANEXO 6: ACTIVIDAD 7

Trabajo Refuerzo “Glosario Términos Económicos”

Nombre alumno/a:	
Profesor/a:	
Fecha:	

Introducción

Esta actividad está enmarcada dentro de la materia Economía de la Empresa de primero de Bachillerato, más concretamente en el tema 1 “La empresa”. Con esta actividad se van a trabajar las siguientes competencias:

- Competencia Aprender a Aprender.
- Competencias Sociales y Cívicas.
- Competencia Sentido iniciativa y espíritu emprendedor.
- Competencia de Conciencia y Expresiones culturales.
- Comunicación Lingüística.
- Comunicación Digital.

Instrucciones

Elaboración de un glosario de términos económicos con la ayuda de la herramienta digital GoConqr.

Las pautas para la correcta realización de dicho trabajo son las siguientes:

- Recopilación de los conceptos vistos en la unidad didáctica.
- Registro en [Goconqr](#) y utilización de flashcards para la elaboración del glosario.

El instrumento de evaluación utilizado para calificar la presente actividad es el registro anecdótico, a través del cuaderno de clase del profesor/a.

6.7 ANEXO 7: ACTIVIDAD 10

Trabajo Individual “Empresas Innovadoras”

Nombre alumno/a:	
Profesor/a:	
Fecha:	

Introducción

Esta actividad está enmarcada dentro de la materia Economía de la Empresa de segundo de Bachillerato, más concretamente en el tema 1 “La empresa”. Con esta actividad se van a trabajar las siguientes competencias:

- Competencia Aprender a Aprender.
- Competencias Sociales y Cívicas.
- Competencia Sentido iniciativa y espíritu emprendedor.
- Competencia de Conciencia y Expresiones culturales.
- Comunicación Lingüística.
- Comunicación Digital.

Instrucciones

Elaboración de un trabajo individual sobre una empresa que apueste por la innovación para proceder a su análisis en cuanto a su forma jurídica.

Las pautas para la correcta realización de dicho trabajo son las siguientes:

- Búsqueda y selección de diferentes fuentes de información referentes a la temática tratada.
- Desarrollo de las ideas principales.
- Elaboración de un informe con la herramienta canva.
- Breve presentación en clase y publicación en el Blog.

El instrumento de evaluación utilizado para calificar la presente actividad es el registro anecdótico, a través del cuaderno de clase del profesor/a.

6.8 ANEXO 8: ACTIVIDAD 11

Cuestionario Teórico-Práctico

Unidad Didáctica:	La Empresa
Materia:	Economía de la Empresa
Competencias:	CAA, SIEP, CCL
Profesor/a:	
Alumno/a:	
Fecha:	

Descripción de la prueba:

La prueba de evaluación consta de dos partes:

1. Cinco preguntas cortas sobre los siguientes contenidos: Figura del empresario, tipos de empresas y clasificación de empresas atendiendo a su forma jurídica.
2. Supuesto Práctico en el que el alumnado debe de seleccionar el tipo de empresa más adecuado al caso propuesto y justificar su elección.

Los criterios de evaluación para las preguntas cortas se muestran a continuación

	EXPERTO	AVANZADO	APRENDIZ	NOVEL	PESO
	4	3	2	1	
Distingue las diferentes formas jurídicas de las empresas	Determina los dos tipos de empresas según su forma jurídica y sus subcategorías	Determina los dos tipos de empresas según su forma jurídica, sin detallar las subcategorías	Determina un tipo de empresa según su forma jurídica y las subcategorías relacionadas	Determina los dos tipos de empresas según su forma jurídica	50%
Identifica los diferentes tipos de empresa y empresarios	Puede definir los 8 tipos de empresarios y los 4 tipos de empresas	Puede definir 7 tipos de empresarios y los 3 tipos de empresas	Puede definir los 6 tipos de empresarios y los 2 tipos de empresas	Puede definir los 5 tipos de empresarios y un tipo de empresas	50%

Los criterios de evaluación para valorar el supuesto práctico son los siguientes:

	EXPERTO	AVANZADO	APRENDIZ	NOVEL	PESO
	4	3	2	1	
Analiza los distintos criterios de clasificación de empresas.	Puede reconocer 4 tipos de clasificación de empresas	Puede reconocer 3 tipos de clasificación de empresas	Puede reconocer 2 tipos de clasificación de empresas	Puede reconocer 1 tipo de clasificación de empresas	60%
Identifica los diferentes tipos de empresa	Puede definir los 8 tipos de empresarios y los 4 tipos de empresas	Puede definir 7 tipos de empresarios y los 3 tipos de empresas	Puede definir los 6 tipos de empresarios y los 2 tipos de empresas	Puede definir los 5 tipos de empresarios y un tipo de empresas	40%

Parte Teórica

8. Cuando dos empresas se unen perdiendo sus personalidades jurídicas y aparece otra nueva, ¿Que ha sucedido?
9. Define el concepto de empresa
10. La cooperativa: Características diferenciadoras con respecto a otro tipo de sociedad.
11. El empresario individual desde el punto de vista de la legislación mercantil española.
12. Principales formas jurídicas que pueden adoptar las empresas.

Parte Práctica

Lee el siguiente caso práctico y responde a las preguntas propuestas.

Marcos quiere montar una empresa especializada en descubrir auroras boreales, ya que es un gran conocedor del destino Noruega e Islandia. Dispone de 20.000 euros que le ha prestado su familia sin interés alguno. ¿Qué tipo de empresa le recomendarías y qué características debe de tener? Justifica tu elección.

6.9 ANEXO 9: ACTIVIDAD 12

Trabajo Recuperación

Nombre alumno/a	
Profesor/a	
Fecha	

Introducción

Esta actividad de recuperación está enmarcada dentro de la materia Economía de la Empresa de segundo de Bachillerato, más concretamente en el tema 1 “La empresa”. Las competencias a valorar son las siguientes:

- Competencia Aprender a Aprender.
- Competencia social y cívica.
- Competencia Sentido iniciativa y espíritu emprendedor.
- Competencia de Conciencia y Expresiones culturales.
- Comunicación Lingüística.
- Comunicación Digital.

Instrucciones

Trabajo individual:

1. Búsqueda de información de la figura del empresario y de los diferentes tipos de empresas, prestando una especial atención a los tipos de empresa según su forma jurídica.
2. Selección de información referente al tema y elaboración de una presentación sobre la temática a tratar apoyándose en las TIC.
3. Realización de exposición oral en el aula al resto de compañeros/as y profesor/a.

El instrumento de evaluación utilizado para calificar la presente actividad es la rúbrica expuesta a continuación:

	EXPERTO	AVANZADO	APRENDIZ	NOVEL	PESO
	4	3	2	1	
Reconoce los tipos de empresarios	Puede reconocer 4 tipos de empresarios	Puede reconocer 3 tipos de empresario	Puede reconocer 2 tipos de empresario	Puede reconocer 1 tipo de empresario	40%
Identifica los diferentes tipos de empresa	Puede definir los 8 tipos de empresarios y los 4 tipos de empresas	Puede definir 7 tipos de empresarios y los 3 tipos de empresas	Puede definir los 6 tipos de empresarios y los 2 tipos de empresas	Puede definir los 5 tipos de empresarios y un tipo de empresas	40%
Exposición Oral	Utiliza el lenguaje verbal y oral de una manera correcta, y no lee las diapositivas	Hace un uso adecuado del lenguaje verbal y oral y frecuentemente usa sus notas	Habla en voz baja, pero es comprensible y lee la mayor parte de las diapositivas o sus notas.	El alumno/a lee las diapositivas o sus notas y apenas mira al alumnado	20%

6.10 ANEXO 10: ACTIVIDAD 14

Actividad “Visitas a Empresas”

Nombre alumno/a:	
Profesor/a:	
Fecha:	

Introducción

Esta actividad está enmarcada dentro de la materia Economía de la Empresa de segundo de Bachillerato, más concretamente en el tema 1 “La empresa”. Con esta actividad se van a trabajar las siguientes competencias:

- Competencia Aprender a Aprender.
- Competencia social y cívica.
- Competencia Sentido iniciativa y espíritu emprendedor.
- Competencia de Conciencia y Expresiones culturales.
- Comunicación Lingüística.

Instrucciones

A continuación se exponen una serie de cuestiones que deben de ser preguntadas al empresariado en la visita que se realice. Anote la respuesta correspondiente a cada pregunta.

- ¿Cómo podría decirme usted el concepto de empresario?
- ¿Cuál es la actividad de su empresa?
- ¿Cuál es la estructura jurídica de su empresa? ¿Qué razones le llevaron a apostar por dicha estructura?
- ¿Cree que existe alguna fórmula mágica para obtener el éxito?
- ¿Cómo es un día normal en su empresa? ¿Qué actividades realizan?

6.11 ANEXO 11: TABLA COMPARATIVA.

Contenidos	Criterios de Evaluación	Estándares de Aprendizaje	Relación de CCC con estándares	Procedimientos de Evaluación	Instrumentos Evaluación	Actividades
Clases de empresas..	1. Describir e interpretar las clases de empresas y su clasificación	1.1. Distingue las diferentes clases de empresas 1.2 Analiza los distintos criterios de clasificación de empresas	CCL, CAA, CSC, SIEP, CCEC, CD	Observación	Registro Anecdótico	2, 5, 7, 8, 9, 10, 13
					Rúbrica	6, 12
					Lista de Cotejo	3
				Pruebas	Prueba Inicial	1
					Prueba Final	11
El empresario, concepto y tipos.	2. Identificar y analizar el concepto de empresario.	2.1. Identifica los diferentes tipos de empresario.	CCL, CAA, CSC, CD, SIEP, CCEC	Observación	Registro Anecdótico	2, 5, 7, 8, 9, 13
					Rúbrica	4, 6, 12
				Pruebas	Prueba Inicial	1
					Prueba Final	11

