

Economía · 2.º Bachillerato · Comunidad de Madrid

Cuadernillo de trabajo del profesorado: currículo oficial, secuenciación trimestral, situaciones de aprendizaje, rúbricas competenciales, DUA y comparativa autonómica frente al BOE.

Normativa Decreto 64/2022, de 20 de julio

Estado normativo Fallback boe

Generado 10/07/2026 22:37

5 Competencias	18 Criterios	27 Saberes	3 SDAs
--------------------------	------------------------	----------------------	------------------

Curso EBAU: los criterios LOMLOE se aplican en paralelo a la preparación de la prueba de acceso a la universidad. La rúbrica del departamento debe reflejar tanto el currículo oficial como las exigencias específicas del modelo EBAU de la CCAA.

Índice

1. Resumen normativo
 2. Comparativa Comunidad de Madrid vs BOE
 3. Competencias específicas (explicadas)
 4. Criterios de evaluación (con evidencia)
 5. Saberes básicos (con actividad de aula)
 6. Rúbricas IA por competencia (niveles 1-4)
- Secuenciación trimestral
 - Situaciones de aprendizaje sugeridas
 - Sugerencias DUA por CE
 - Preguntas frecuentes específicas
 - Cómo programar paso a paso

1. Resumen normativo

Materia	Economía
Curso	2.º Bachillerato
Comunidad Autónoma	Comunidad de Madrid
Decreto autonómico	Decreto 64/2022, de 20 de julio
Particularidad	La Comunidad de Madrid ha aplicado refuerzos curriculares específicos en Matemáticas y Lengua tras los informes PISA.
Referencia normativa	Real Decreto 243/2022, de 5 de abril, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato.

2. Comparativa Comunidad de Madrid vs BOE

Estado normativo: Fallback boe

Madrid no ha publicado decreto propio para esta materia en 2.º Bachillerato; aplica íntegramente el RD 243/2022 estatal.

Mantiene del BOE

Madrid mantiene sin cambios los criterios de evaluación, competencias específicas y saberes básicos del BOE.

Implicación para tu programación: La programación debe basarse exclusivamente en el RD 243/2022, utilizando los criterios y competencias estatales, sin adaptaciones autonómicas.

3. Competencias específicas

Empresa y Diseño de Modelos de Negocio

CE.1 · Analizar la actividad empresarial y emprendedora, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y r...

TEXTO OFICIAL

Analizar la actividad empresarial y emprendedora, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y reflexionando sobre el valor de la innovación y la digitalización en este proceso, para comprender el papel que desempeñan dentro del funcionamiento global de la economía actual. Entender la realidad desde una perspectiva económica es fundamental para comprender mejor nuestra sociedad, por eso es importante para el alumnado conocer el papel que las personas emprendedoras y las empresas tienen como elementos transformadores del contexto actual, el cual se caracteriza por su gran dinamismo y por la rápida incorporación de las nuevas tecnologías y sus múltiples aplicaciones. Todo ello está cambiando no solo la estructura productiva global, sino, también, la estructura económica y la sociedad en su conjunto, lo cual convierte la innovación en un elemento crucial para cualquier empresa. y

RESUMEN CLARO

Analizar cómo empresas y emprendedores transforman la economía y sociedad, valorando la innovación y la digitalización.

QUÉ HACE EL ALUMNADO

El alumnado examina casos de empresas reales, identifica su impacto social y económico, y reflexiona sobre el papel de la innovación y las tecnologías digitales.

NO ES

No es memorizar definiciones de empresa o emprendimiento, sino analizar críticamente su rol transformador en la economía actual.

EJEMPLO DE ACTIVIDAD

Analizar el modelo de negocio de una startup como Cabify, evaluando su impacto en la movilidad y la digitalización del sector.

analizar

CE.2 · Investigar el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial, analizando las interrelaciones emp...

TEXTO OFICIAL

Investigar el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial, analizando las interrelaciones empresas-entorno e identificando estrategias viables. El análisis de la realidad desde una perspectiva económica y social, permite que los alumnos tomen conciencia, por un lado, de los efectos del entorno sobre la empresa, y, por otro, de las consecuencias del funcionamiento empresarial sobre la propia sociedad o el ambiente, entre otros aspectos. Despertar la curiosidad y tener una visión abierta sobre la realidad es el punto de partida para la investigación del entorno socio-económico.

RESUMEN CLARO

El alumnado analiza cómo el entorno influye en las empresas y propone estrategias viables con criterios de responsabilidad social e inclusión.

QUÉ HACE EL ALUMNADO

El alumnado investiga casos reales, identifica relaciones empresa-entorno y propone mejoras basadas en responsabilidad social, igualdad e inclusión.

NO ES

No es memorizar teorías de entorno empresarial ni recitar ejemplos de libros. Es relacionar variables y proponer acciones concretas.

EJEMPLO DE ACTIVIDAD

Analizar un pequeño comercio local y proponer dos estrategias para adaptarse a la diversidad social del barrio.

analizar

CE.3 · Reconocer y comprender modelos de negocio actuales comparándolos con otros modelos tradicionales y aplicando estrategias...

TEXTO OFICIAL

Reconocer y comprender modelos de negocio actuales comparándolos con otros modelos tradicionales y aplicando estrategias y herramientas que faciliten el diseño creativo para proponer modelos de negocio que aporten valor, permitan satisfacer necesidades y contribuir al bienestar económico y social.

RESUMEN CLARO

El alumnado analiza modelos de negocio actuales y tradicionales para diseñar propuestas con valor social y económico.

QUÉ HACE EL ALUMNADO

El alumnado compara modelos de negocio existentes, aplica herramientas de diseño creativo y elabora propuestas innovadoras que satisfacen necesidades y generan bienestar.

NO ES

No es memorizar tipos de empresa ni copiar casos de éxito. Es entender cómo funcionan los modelos y crear alternativas viables.

EJEMPLO DE ACTIVIDAD

El alumnado analiza una empresa local, identifica su modelo de negocio y propone mejoras basadas en digitalización y sostenibilidad.

diseñar

CE.4 · Valorar y seleccionar estrategias comunicativas de aplicación al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas y obtenie...

TEXTO OFICIAL

Valorar y seleccionar estrategias comunicativas de aplicación al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas y obteniendo la información que se genera tanto en el ámbito interno como externo de la empresa, para gestionar eficazmente la información necesaria en el proceso de toma de decisiones y su correcta trasmisión.

RESUMEN CLARO

El alumnado elige y usa estrategias de comunicación empresarial para gestionar información y tomar decisiones.

QUÉ HACE EL ALUMNADO

El alumnado analiza casos reales, selecciona canales y formatos, y elabora comunicaciones internas y externas eficaces.

NO ES

No es memorizar tipos de comunicación empresarial ni redactar documentos sin contexto real.

EJEMPLO DE ACTIVIDAD

El alumnado redacta un comunicado de prensa simulando el lanzamiento de un nuevo producto.

comunicar

CE.5 · Realizar el análisis previsional del modelo de negocio diseñado, aplicando las herramientas de análisis empresarial nece...

TEXTO OFICIAL

Realizar el análisis previsional del modelo de negocio diseñado, aplicando las herramientas de análisis empresarial necesarias para comprender todo el proceso llevado a cabo y validar la propuesta del modelo de negocio.

RESUMEN CLARO

Anticipar numéricamente cómo funcionará el negocio y comprobar si es viable.

QUÉ HACE EL ALUMNADO

El alumnado elabora previsiones financieras, aplica herramientas de análisis y contrasta datos para validar o ajustar su modelo de negocio.

NO ES

No es memorizar fórmulas ni calcular ratios sin contexto. No es copiar previsiones de otros ni hacer proyecciones sin justificación.

EJEMPLO DE ACTIVIDAD

El alumnado elabora un DAFO y proyecta cuenta de resultados a tres años para su modelo de negocio.

analizar

4. Criterios de evaluación

Empresa y Diseño de Modelos de Negocio

Código	CE	Criterio + evidencia y contexto	Instrumento
1.1	CE.1	<p>Comprender la importancia de la actividad empresarial y el emprendimiento dentro de la economía actual, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y reflexionando sobre el valor la innovación y la digitalización.</p> <p>Explicar la importancia del emprendimiento y la innovación en la economía actual, valorando su impacto transformador en la sociedad.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado realiza una exposición oral o informe escrito analizando casos reales de empresas y su efecto transformador.</p> <p><i>Contexto:</i> Investigación de empresas innovadoras y exposición en clase de su impacto social.</p> <p><i>Evitar:</i> Describir sin analizar la transformación social, o confundir innovación con digitalización.</p>	<p>Exposición oral</p> <p>Verbo: Explicar</p>
1.2	CE.1	<p>Analizar el papel de la I+D+I en el desarrollo social y empresarial, identificando nuevas tendencias y tecnologías que tienen un alto impacto en la economía.</p> <p>Analizar cómo la I+D+I impulsa el desarrollo social y empresarial, identificando nuevas tecnologías con alto impacto económico.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado elabora un informe que analiza el papel de la I+D+I y enumera tendencias tecnológicas de alto impacto.</p> <p><i>Contexto:</i> El alumnado investiga casos reales de empresas innovadoras y redacta un análisis argumentado.</p> <p><i>Evitar:</i> Confundir I+D+I solo con investigación básica, sin considerar la innovación empresarial o el desarrollo.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: analizar</p>
2.1	CE.2	<p>Valorar la capacidad de adaptación ágil, responsable y sostenible de las empresas a los cambios del entorno y a las exigencias del mercado investigando el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial.</p> <p>Valorar la adaptación ágil, responsable y sostenible de empresas a cambios del entorno y mercado, investigando el contexto económico-social.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado produce un informe donde analiza la capacidad de adaptación de una empresa real a cambios del entorno, argumentando su responsabilidad social.</p> <p><i>Contexto:</i> Análisis de un caso real de empresa adaptándose a cambios normativos o de demanda.</p> <p><i>Evitar:</i> Confundir la descripción de cambios con la valoración crítica de la adaptación empresarial.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: valorar</p>
2.2	CE.2	<p>Conocer los distintos tipos de empresa, sus elementos y funciones, así como las formas jurídicas que adoptan relacionando con cada una de ellas las responsabilidades legales de sus propietarios y gestores y las exigencias de capital.</p> <p>Diferenciar tipos de empresa, sus elementos y formas jurídicas, relacionando responsabilidades legales y exigencias de capital.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado elabora un cuadro comparativo que clasifica empresas según forma jurídica, responsabilidad de propietarios y capital mínimo.</p> <p><i>Contexto:</i> Análisis de casos reales de empresas para identificar su forma jurídica y estructura.</p> <p><i>Evitar:</i> Confundir la forma jurídica con el sector de actividad o tamaño de la empresa.</p>	<p>Rubrica generica</p> <p>Verbo: analizar</p>

Código	CE	Criterio + evidencia y contexto	Instrumento
2.3	CE.2	<p>Identificar y analizar las características del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad, explicando, a partir de ellas, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad.</p> <p>Analiza el entorno empresarial y explica cómo condiciona las estrategias, valorando sus implicaciones sociales y medioambientales.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado elabora un informe donde analiza las características del entorno de una empresa real, explica las estrategias adoptadas y sus consecuencias sociales y medioambientales.</p> <p><i>Contexto:</i> Estudio de caso de una empresa real: los alumnos investigan su entorno y proponen estrategias justificadas.</p> <p><i>Evitar:</i> Confundir el análisis del macroentorno (PESTEL) con el microentorno o el análisis interno de la empresa.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: analizar</p>
3.1	CE.3	<p>Proponer un modelo de negocio o de gestión diferenciado que permita dar respuesta a las necesidades actuales, comparando distintos modelos y utilizando estrategias y herramientas de diseño creativo.</p> <p>Proponer un modelo de negocio innovador comparando distintos modelos y usando herramientas creativas para responder a necesidades actuales.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado entrega una propuesta escrita de modelo de negocio diferenciado, incluyendo comparación con modelos tradicionales y aplicación de herramientas de diseño creativo.</p> <p><i>Contexto:</i> Análisis de casos reales y elaboración guiada de una propuesta de modelo de negocio para una empresa simulada.</p> <p><i>Evitar:</i> Evaluar solo la explicación de modelos existentes sin exigir la propuesta creativa diferenciada.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: diseñar</p>
3.2	CE.3	<p>Analizar las características organizativas y funcionales de la empresa, analizando a partir de ellas, las decisiones de planificación, crecimiento, organización, gestión y optimización de actividades, recursos y asociaciones clave del modelo de negocio.</p> <p>Analizar la organización y funciones de la empresa para identificar decisiones de planificación, gestión y optimización de actividades, recursos y asociaciones clave.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado entrega un informe o diagrama donde analiza una empresa real, identificando su estructura organizativa y las decisiones clave en actividades, recursos y asociaciones.</p> <p><i>Contexto:</i> Estudio de caso de empresa real; análisis grupal con entrega individual.</p> <p><i>Evitar:</i> Evaluar solo la descripción de la organización empresarial sin vincularla a las decisiones del modelo de negocio.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: analizar</p>

Código	CE	Criterio + evidencia y contexto	Instrumento
3.3	CE.3	<p>Analizar y tomar decisiones sobre los procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia y la productividad, definiendo el soporte necesario para hacer realidad el modelo de negocio y valorando las diferentes opciones sobre la gestión de inventarios.</p> <p>Analizar procesos productivos y definir el soporte necesario para la viabilidad del modelo de negocio, tomando decisiones basadas en eficiencia y productividad.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado elabora un informe que analiza los procesos productivos, decide mejoras y define el soporte (recursos, infraestructura) para implementar el modelo de negocio.</p> <p><i>Contexto:</i> Análisis de un caso empresarial real para optimizar procesos productivos y proponer el soporte adecuado.</p> <p><i>Evitar:</i> Los estudiantes describen procesos sin tomar decisiones ni definir el soporte, limitándose a enumerar recursos.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: analizar</p>
3.4	CE.3	<p>Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, la propuesta de valor, los canales, las relaciones con clientes y las fuentes de ingresos del modelo de negocio.</p> <p>A partir del análisis del mercado, explicar la propuesta de valor, canales, relaciones con clientes y fuentes de ingresos.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado entrega un informe o presentación donde justifica cada componente del modelo de negocio basándose en las características del mercado analizadas.</p> <p><i>Contexto:</i> Análisis de un mercado real o simulado para diseñar un modelo de negocio.</p> <p><i>Evitar:</i> Evaluar únicamente la propuesta de valor sin exigir que se explique en función del análisis de mercado previo.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: explicar</p>
3.5	CE.3	<p>Conocer las diferentes estrategias de gestión de los recursos humanos, y su relación con la motivación y la mejora de la productividad de un modelo de negocio.</p>	
4.1	CE.4	<p>Gestionar eficazmente la información y facilitar el proceso de toma de decisiones a partir de la información obtenida tanto en el ámbito interno como externo de la empresa y aplicando estrategias y nuevas fórmulas comunicativas.</p> <p>Aplicar estrategias comunicativas para gestionar información interna y externa y tomar decisiones empresariales.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado elabora un informe o dashboard donde selecciona, organiza y presenta información relevante para apoyar una decisión empresarial.</p> <p><i>Contexto:</i> Análisis de un caso real de empresa donde se debe decidir una estrategia comercial.</p> <p><i>Evitar:</i> Confundir la recopilación de datos con la gestión eficaz; no vinculan la información con la toma de decisiones.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: Aplicar</p>
4.2	CE.4	<p>Seleccionar estrategias de comunicación aplicadas al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas comunicativas que faciliten la gestión eficaz de la información y la transmisión de la misma a otros.</p> <p>Elegir estrategias de comunicación empresarial usando nuevas herramientas para gestionar y transmitir información eficazmente.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado elabora un informe donde selecciona y justifica estrategias comunicativas para un caso empresarial real.</p> <p><i>Contexto:</i> Análisis de un caso real o simulado de empresa para proponer estrategias comunicativas.</p> <p><i>Evitar:</i> El alumnado enumera herramientas sin justificar su adecuación para la toma de decisiones.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: valorar</p>

Código	CE	Criterio + evidencia y contexto	Instrumento
4.3	CE.4	Exponer el proyecto de modelo de negocio llevado a cabo utilizando las herramientas necesarias que permitan despertar el interés y cautivar a los demás con la propuesta de valor presentada.	
5.1	CE.5	<p>Validar la propuesta de modelo de negocio diseñado dentro de un contexto determinado, definiéndolo a partir de las tendencias clave del momento, la situación macroeconómica, el mercado y la competencia, comprendiendo todo el proceso llevado a cabo y aplicando técnicas de estudio previsional y herramientas de análisis empresarial.</p> <p>Validar el modelo de negocio diseñado mediante análisis previsional y tendencias del contexto.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado entrega un informe de validación del modelo de negocio donde aplica técnicas de análisis previsional y considera tendencias macroeconómicas, mercado y competencia.</p> <p><i>Contexto:</i> Trabajo en grupos para validar un modelo de negocio propio, con informe que incluye análisis DAFO y previsiones.</p> <p><i>Evitar:</i> Confundir validación con simple descripción del modelo, sin usar datos previsionales cuantitativos.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: justificar</p>
5.2	CE.5	<p>Determinar previsionalmente la estructura de ingresos y costes, calculando su beneficio y umbral de rentabilidad, a partir del modelo de negocio planteado.</p> <p>Calcular la estructura de ingresos y costes, el beneficio y el umbral de rentabilidad a partir del modelo de negocio diseñado.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado elabora una proyección financiera que detalla ingresos, costes, beneficio y umbral de rentabilidad.</p> <p><i>Contexto:</i> Tras diseñar el modelo de negocio, el alumnado elabora individualmente una previsión financiera.</p> <p><i>Evitar:</i> Confundir costes fijos y variables al calcular el umbral de rentabilidad.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: aplicar</p>
5.3	CE.5	<p>Elaborar un plan de negocio básico sobre un escenario simulado concreto, justificando las decisiones tomadas.</p> <p>Elaborar un plan de negocio básico justificando decisiones en un escenario simulado.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado entrega un plan de negocio básico adaptado a un escenario simulado concreto, incluyendo la justificación de cada decisión tomada.</p> <p><i>Contexto:</i> Simulación de un escenario empresarial donde el alumnado diseña y justifica un plan de negocio.</p> <p><i>Evitar:</i> El plan de negocio suele ser descriptivo y no justifica las decisiones con datos del escenario simulado.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: elaborar</p>
5.4	CE.5	<p>Analizar y explicar la situación económico-financiera, a partir de la información recogida tanto en el balance como en la cuenta de pérdidas y ganancias e indicando las posibles soluciones a los desequilibrios encontrados.</p> <p>Analizar e interpretar el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias para detectar desequilibrios económicos y proponer soluciones.</p> <p><i>Evidencia:</i> El alumnado entrega un informe escrito donde analiza los estados financieros y propone medidas correctoras ante desequilibrios.</p> <p><i>Contexto:</i> Estudio de un caso empresarial con datos financieros reales o simulados.</p> <p><i>Evitar:</i> Limitación a describir cifras sin identificar desequilibrios ni justificar soluciones.</p>	<p>Rubrica produccion</p> <p>Verbo: analizar</p>

Código	CE	Criterio + evidencia y contexto	Instrumento
5.5	CE.5	Analizar las diferentes fuentes de financiación necesarias para llevar a cabo el plan de negocio básico. Valorar distintos proyectos de inversión de acuerdo a distintos criterios, interpretando los resultados de los distintos escenarios tratados.	

5. Saberes básicos

Empresa y Diseño de Modelos de Negocio

Saberes básicos del decreto

#	Saber oficial	Resumen claro y actividad de aula
1	El empresario. Perfiles. La importancia del emprendedor en la sociedad.	
2	La empresa: concepto, elementos, objetivos y funciones. Clasificación de las empresas desde el punto de vista económico. Localización y dimensión de la empresa. Las multinacionales. Crecimiento de la empresa: fusión, absorción y cooperación entre empresas. Marco jurídico que regula la actividad empresarial: el Código de Comercio y leyes sobre sociedades de capital. El Estatuto de los Trabajadores.	
3	El entorno empresarial. Responsabilidad social corporativa. Inclusión y emprendimiento.	
4	Empresa, digitalización e innovación. I+D+I. Teorías de la innovación. Tipos de innovación. Tendencias emergentes. Estrategias de innovación.	

Saberes básicos del decreto

#	Saber oficial	Resumen claro y actividad de aula
1	Empresa y modelo de negocio. Planificación y organización de la empresa.	
2	La función comercial. Investigación de mercados. Segmento de clientes. Los elementos del marketing mix. Canales de distribución del producto.	
3	Estrategias de marketing. Relaciones con clientes. Fuentes de ingresos. La digitalización de la función comercial.	
4	La función productiva. Proceso productivo. Eficiencia y productividad. Actividades clave. Recursos clave. Asociaciones clave. Estructura de costes: clasificación y cálculo de costes. Modelos de gestión y métodos de valoración de inventarios. PMP y FIFO. Economías de escala.	

#	Saber oficial	Resumen claro y actividad de aula
5	La gestión de los recursos humanos. Habilidades que demanda el mercado de trabajo. La contratación y las relaciones laborales de la empresa. Las políticas de igualdad y de inclusión en las empresas. Elementos básicos de las nóminas.	
6	Liderazgo y dirección de la empresa. División del trabajo y departamentalización de la empresa. Organigramas y tipos de organigramas.	
7	La función financiera. Estructura económica y financiera. Inversión. Valoración y selección de inversiones. Valor Actual Neto. Tasa Interna de Rentabilidad. Plazo de recuperación. Recursos financieros. Concepto de interés. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa. Instrumentos de financiación a corto y a largo plazo. Autofinanciación.	
8	La información en la empresa: obligaciones contables. Composición y valoración del patrimonio. Cuentas anuales e imagen fiel. Elaboración de balance y cuenta de pérdidas y ganancias. El Plan General Contable. Cálculo de los beneficios empresariales . EBITDA.	

Saberes básicos del decreto

#	Saber oficial	Resumen claro y actividad de aula
1	El lienzo de modelo de negocio y de gestión: concepto, áreas, bloques, utilidad y patrones de modelos de negocio.	
2	El punto de vista de los clientes. Tipos de clientes. Análisis de las necesidades. Neuromarketing. Nuevas tendencias en la promoción de productos.	
3	La creatividad aplicada al diseño de modelo de negocio y de gestión. El proceso de creatividad: divergencia y convergencia. Dinámicas de generación de nuevas ideas de modelos de negocio.	
4	La competencia y los nichos de mercado. Estrategias de segmentación. Posicionamiento en el mercado.	

#	Saber oficial	Resumen claro y actividad de aula
5	Las herramientas de organización de ideas: Pensamiento Visual o Visual Thinking . Capacidad de síntesis. Ideación. Comunicación. Presentación de la idea. Tipos de presentación.	
6	El prototipado: concepto y utilidad. Posibilidades de prototipado: bienes, servicios y aplicaciones. Análisis de resultados.	
7	Las herramientas de presentación de un proyecto o de una idea. Metodología: narración de historias . Caso real. Otras metodologías.	
8	Los escenarios: exploración de ideas, escenarios futuros y nuevos modelos de negocio.	
9	Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.	

Saberes básicos del decreto

#	Saber oficial	Resumen claro y actividad de aula
1	El entorno del modelo de negocio. Previsión: tendencias clave. Macroeconomía: variables macroeconómicas. Competencia: fuerzas competitivas de Porter. Modelos de mercado.	
2	La evaluación previa de modelos de negocio: análisis DAFO, análisis previsional de ingresos y costes y el umbral de rentabilidad. Producir o comprar. Subcontratación de servicios por la empresa.	
3	La validación del modelo de negocio. Lean Startup . Desarrollo de clientes.	
4	La protección de la idea, del producto y de la marca. Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Oficina Europea de Patentes (OEP) y Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).	
5	La toma de decisiones. Estrategias. Simulación en hoja de cálculo. Redacción de un plan de negocios básico.	
6	El análisis de resultados: estudio de mercado, análisis e interpretación de la información contable y análisis de estados financieros. Desequilibrios patrimoniales. Fondo de maniobra. Ratios financieras. Rentabilidad económica y rentabilidad financiera.	

6. Rúbricas IA por competencia específica

Cada rúbrica está calibrada para esta materia y curso con descriptores observables y un ejemplo de evidencia en cada nivel. Edita los porcentajes según tu programación didáctica.

CE.1 · 20 % Rubrica generica

Analizar la actividad empresarial y emprendedora, reconociendo el poder de transformación que ejercen en la sociedad y reflexionando sobre el valor de la innovación y la digitalización en este proceso...

Nivel	Etiqueta	Rango	Descriptor + ejemplo de evidencia
1	No conseguido	0-49%	Identifica elementos básicos de la actividad empresarial o emprendedora, pero no logra analizar su papel transformador ni relacionarlo con la innovación o digitalización. <i>Ejemplo: En una pregunta abierta, enumera dos tipos de empresas sin explicar cómo impactan en la sociedad.</i>
2	En proceso	50-69%	Describe la actividad empresarial y emprendedora, menciona la importancia de la innovación y digitalización, pero lo hace de forma general, sin profundizar en el análisis o la reflexión crítica. <i>Ejemplo: Redacta un párrafo en el que explica brevemente que las empresas innovan con nuevas tecnologías, pero no concreta ejemplos ni evalúa su impacto.</i>
3	Adquirido	70-89%	Analiza el poder transformador de la actividad empresarial y emprendedora, reconoce el valor de la innovación y digitalización en el contexto económico actual, y reflexiona de manera fundamentada sobre su papel en la sociedad. <i>Ejemplo: Analiza un estudio de caso de una 'startup' digital, identificando cómo su modelo de negocio ha transformado un sector y explicando el papel de la I+D+i en ese proceso.</i>
4	Avanzado	90-100%	Evalúa críticamente el poder transformador de empresas y emprendedores, integrando perspectivas sociales, económicas y tecnológicas, y propone escenarios futuros o soluciones innovadoras ante retos actuales. <i>Ejemplo: Elabora un informe comparativo entre una empresa tradicional y otra digital, analizando su impacto social y económico, y propone una línea de innovación para mejorar la sostenibilidad en un sector concreto.</i>

CE.2 · 20 %**Rubrica generica**

Investigar el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial, analizando las interrelaciones empresas-entorno e identificando estrategias viables. El análisis de la realidad de...

Nivel	Etiqueta	Rango	Descriptor + ejemplo de evidencia
1	No conseguido	0-49%	Identifica, con ayuda, elementos del entorno económico y social, pero no establece relaciones con la actividad empresarial ni reconoce estrategias de responsabilidad social corporativa, igualdad o inclusión. <i>Ejemplo: Enumera factores del entorno (PESTEL) sin vincularlos a una empresa concreta y no menciona la RSC en su análisis.</i>
2	En proceso	50-69%	Analiza el entorno económico y social y señala alguna interrelación con la empresa, pero las estrategias propuestas son genéricas o no incorporan de forma explícita los criterios de RSC, igualdad e inclusión. <i>Ejemplo: Realiza un DAFO de una empresa local e identifica una oportunidad de mejora, pero la estrategia sugerida carece de enfoque en RSC.</i>
3	Adquirido	70-89%	Investiga el entorno económico y social, analiza las interrelaciones empresa-entorno y propone estrategias viables fundamentadas en criterios de RSC, igualdad e inclusión, valorando la capacidad de adaptación empresarial. <i>Ejemplo: Analiza el impacto de la normativa de igualdad en una pyme, diseña una estrategia de conciliación laboral y justifica su viabilidad económica y social.</i>
4	Avanzado	90-100%	Evalúa críticamente el entorno y las interrelaciones, integrando múltiples perspectivas (económica, social, ambiental) y propone estrategias innovadoras de adaptación que incorporan RSC, igualdad e inclusión, transfiriendo el análisis a contextos empresariales diversos. <i>Ejemplo: Compara dos empresas del mismo sector con distintas políticas de RSC, evalúa su impacto en la competitividad y propone un plan de adaptación ágil que integra Objetivos de Desarrollo Sostenible.</i>

CE.3 · 25 %**Rubrica generica**

Reconocer y comprender modelos de negocio actuales comparándolos con otros modelos tradicionales y aplicando estrategias y herramientas que faciliten el diseño creativo para proponer modelos de negoci...

Nivel	Etiqueta	Rango	Descriptor + ejemplo de evidencia
1	No conseguido	0-49%	Identifica modelos de negocio básicos (tradicionales o actuales) sin establecer comparaciones ni proponer alternativas. <i>Ejemplo: Enumera tres modelos de negocio (ej. franquicia, marketplace) pero no explica diferencias entre ellos ni propone mejoras.</i>
2	En proceso	50-69%	Compara modelos de negocio tradicionales y actuales señalando alguna diferencia evidente, pero la propuesta de valor es vaga o incompleta. <i>Ejemplo: Compara el modelo de suscripción (Netflix) con el alquiler tradicional (videoclub) indicando diferencias en el canal, pero no propone un modelo que aporte valor social.</i>
3	Adquirido	70-89%	Analiza las características de modelos actuales y tradicionales, y propone un modelo de negocio diferenciado que responde a necesidades concretas, aplicando herramientas de diseño como el lienzo de modelo de negocio. <i>Ejemplo: Propone un modelo de negocio de economía circular para una empresa de tecnología, utilizando el Business Model Canvas, justificando la propuesta de valor, canales y relaciones con clientes.</i>
4	Avanzado	90-100%	Evalúa críticamente modelos de negocio existentes, integra estrategias creativas y propone un modelo innovador que contribuye al bienestar económico y social, anticipando impactos y sostenibilidad. <i>Ejemplo: Evalúa el impacto social y ambiental de un modelo de negocio actual, y propone un modelo híbrido que combina venta de productos con un programa de inclusión laboral, diseñando indicadores de medición de impacto.</i>

CE.4 · 25 %**Exposicion oral**

Valorar y seleccionar estrategias comunicativas de aplicación al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas y obteniendo la información que se genera tanto en el ámbito interno como externo de la e...

Nivel	Etiqueta	Rango	Descriptor + ejemplo de evidencia
1	No conseguido	0-49%	<p>Identifica con ayuda algunas estrategias comunicativas empresariales básicas y localiza información interna o externa de manera desorganizada, sin lograr aplicarla a la toma de decisiones ni transmitirla correctamente.</p> <p><i>Ejemplo: En una guía guiada, señala dos canales de comunicación interna pero no explica su utilidad. Al recopilar datos de un simulador, mezcla fuentes sin criterio.</i></p>
2	En proceso	50-69%	<p>Selecciona y aplica estrategias comunicativas habituales en el ámbito empresarial, gestionando información elemental con cierta autonomía, aunque con errores en la transmisión o en la vinculación con la toma de decisiones.</p> <p><i>Ejemplo: Propone un correo electrónico y una presentación para un proyecto, pero la información no está jerarquizada y omite datos clave para la decisión.</i></p>
3	Adquirido	70-89%	<p>Valora y elige estrategias comunicativas adecuadas al contexto empresarial, gestiona información interna y externa de manera eficaz y la aplica a la toma de decisiones, transmitiendo el mensaje de forma clara y coherente.</p> <p><i>Ejemplo: En la exposición del modelo de negocio, utiliza storytelling, datos visuales y responde a preguntas; la información recopilada justifica las decisiones estratégicas adoptadas.</i></p>
4	Avanzado	90-100%	<p>Integra y adapta de forma innovadora múltiples estrategias comunicativas, anticipando necesidades informativas; gestiona flujos complejos de información (interna/externa) y los utiliza para optimizar la toma de decisiones, transmitiendo con impacto y persuasión.</p> <p><i>Ejemplo: Diseña una campaña multicanal (redes, newsletter, pitch) para un proyecto real o simulado; incorpora feedback de audiencia y ajusta el mensaje en tiempo real, mejorando la decisión de inversión.</i></p>

CE.5 · 25 %**Rubrica generica**

Realizar el análisis previsional del modelo de negocio diseñado, aplicando las herramientas de análisis empresarial necesarias para comprender todo el proceso llevado a cabo y validar la propuesta del...

Nivel	Etiqueta	Rango	Descriptor + ejemplo de evidencia
1	No conseguido	0-49%	<p>Realiza un análisis previsional incompleto o con errores graves. No aplica las herramientas de análisis empresarial requeridas o las aplica de forma incorrecta. La validación de la propuesta de modelo de negocio es ausente o inviable.</p> <p><i>Ejemplo: Presenta un listado de ingresos y costes sin estructura ni cálculo del umbral de rentabilidad; no incluye plan de negocio ni análisis de situación económico-financiera.</i></p>
2	En proceso	50-69%	<p>Realiza un análisis previsional básico con ayuda de pautas, identificando algunos elementos clave (ingresos, costes, beneficios) pero con imprecisiones o falta de coherencia global. Aplica alguna herramienta de análisis empresarial de forma parcial.</p> <p><i>Ejemplo: Calcula el beneficio y el umbral de rentabilidad con algún error, redacta un plan de negocio esquemático que no justifica todas las decisiones, e interpreta superficialmente el balance y la cuenta de resultados.</i></p>
3	Adquirido	70-89%	<p>Realiza el análisis previsional del modelo de negocio de manera completa y coherente, aplicando correctamente las herramientas de análisis empresarial (estructura de ingresos y costes, umbral de rentabilidad). Elabora un plan de negocio básico con justificación de decisiones y analiza la situación económico-financiera a partir de balances y cuentas de resultados. Valida la propuesta de modelo de negocio de forma razonada.</p> <p><i>Ejemplo: Presenta un plan de negocio que incluye previsión de ventas y costes, cálculo del punto muerto, cuenta de resultados y balance previsionales, y un breve análisis DAFO que sustenta la viabilidad de la propuesta.</i></p>
4	Avanzado	90-100%	<p>Realiza un análisis previsional exhaustivo del modelo de negocio, integrando múltiples herramientas de análisis empresarial (análisis de sensibilidad, escenarios alternativos, ratios financieros). Elabora un plan de negocio detallado con justificación sólida de las decisiones y proyecciones coherentes. Analiza críticamente la situación económico-financiera, identifica riesgos y propone medidas correctivas. Valida la propuesta de modelo de negocio transfiriendo el análisis a contextos diferentes o incorporando mejoras innovadoras.</p> <p><i>Ejemplo: Incluye en el plan de negocio un análisis de sensibilidad de ventas y costes, tres escenarios (optimista, realista, pesimista), ratios de liquidez y rentabilidad, y propone acciones para mitigar riesgos detectados.</i></p>

Secuenciación trimestral

Trimestre 1 · Ideación y Diseño: El Ecosistema Emprendedor

35 h

SDA RECOMENDADA

SDA 1: 'El Despertar Emprendedor'. Los alumnos identifican problemas en su entorno local y aplican técnicas de Visual Thinking y el lienzo Canvas para proponer soluciones innovadoras bajo formas jurídicas sostenibles.

SABERES PRINCIPALES

- El empresario. Perfiles. La importancia del emprendedor en la sociedad.
- La empresa: concepto, elementos, objetivos y funciones. Clasificación de las empresas desde el punto de vista económico. Localización y dimensión de la empresa. Las multinacionales. Crecimiento de la empresa: fusión, absorción y cooperación entre empresas. Marco jurídico que regula la actividad empresarial: el Código de Comercio y leyes sobre sociedades de capital. El Estatuto de los Trabajadores.
- El entorno empresarial. Responsabilidad social corporativa. Inclusión y emprendimiento.
- Empresa, digitalización e innovación. I+D+I. Teorías de la innovación. Tipos de innovación. Tendencias emergentes. Estrategias de innovación.
- Empresa y modelo de negocio. Planificación y organización de la empresa.
- El lienzo de modelo de negocio y de gestión: concepto, áreas, bloques, utilidad y patrones de modelos de negocio.
- La creatividad aplicada al diseño de modelo de negocio y de gestión. El proceso de creatividad: divergencia y convergencia. Dinámicas de generación de nuevas ideas de modelos de negocio.
- Las herramientas de organización de ideas: Pensamiento Visual o Visual Thinking. Capacidad de síntesis. Ideación. Comunicación. Presentación de la idea. Tipos de presentación.
- Los escenarios: exploración de ideas, escenarios futuros y nuevos modelos de negocio.
- Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

CRITERIOS EVALUABLES

- 1.1: Comprender la importancia de la actividad empresarial y el emprendimiento dentro de la economía actual.
- 1.2: Analizar el papel de la I+D+I en el desarrollo social y empresarial, identificando nuevas tendencias.
- 2.1: Valorar la capacidad de adaptación ágil, responsable y sostenible de las empresas a los cambios del entorno.
- 2.2: Identificar los distintos tipos de empresa, sus elementos y funciones, así como las formas jurídicas que pueden adoptar.
- 2.3: Identificar y analizar las características del entorno en el que la empresa desarrolla su actividad.
- 3.1: Proponer un modelo de negocio o de gestión diferenciado que permita dar respuesta a las necesidades detectadas.

COMPETENCIAS DOMINANTES

- CE.1
- CE.2
- CE.3

EVALUACIÓN

Observación sistemática de las dinámicas de creatividad, rúbrica para el primer borrador del lienzo de modelo de negocio y prueba objetiva sobre formas jurídicas y entorno empresarial.

Trimestre 2 · Operaciones y Mercado: Construyendo la Propuesta de Valor 35 h

SDA RECOMENDADA

SDA 2: 'Del Prototipo al Mercado'. Desarrollo de un Producto Mínimo Viable (MVP), diseño de la estrategia de marketing mix y simulación de la estructura organizativa y de recursos humanos necesaria.

SABERES PRINCIPALES

- La función comercial. Investigación de mercados. Segmento de clientes. Los elementos del marketing mix. Canales de distribución del producto.
- Estrategias de marketing. Relaciones con clientes. Fuentes de ingresos. La digitalización de la función comercial.
- La función productiva. Proceso productivo. Eficiencia y productividad. Actividades clave. Recursos clave. Asociaciones clave. Estructura de costes: clasificación y cálculo de costes. Modelos de gestión y métodos de valoración de inventarios. PMP y FIFO. Economías de escala.
- La gestión de los recursos humanos. Habilidades que demanda el mercado de trabajo. La contratación y las relaciones laborales de la empresa. Las políticas de igualdad y de inclusión en las empresas. Elementos básicos de las nóminas.
- Liderazgo y dirección de la empresa. División del trabajo y departamentalización de la empresa. Organigramas y tipos de organigramas.
- El punto de vista de los clientes. Tipos de clientes. Análisis de las necesidades. Neuromarketing. Nuevas tendencias en la promoción de productos.
- La competencia y los nichos de mercado. Estrategias de segmentación. Posicionamiento en el mercado.
- El prototipado: concepto y utilidad. Posibilidades de prototipado: bienes, servicios y aplicaciones. Análisis de resultados.
- Las herramientas de presentación de un proyecto o de una idea. Metodología: narración de historias. Caso real. Otras metodologías.

CRITERIOS EVALUABLES

- 3.2: Analizar las características organizativas y funcionales de la empresa.
- 3.3: Analizar y tomar decisiones sobre los procesos productivos desde la perspectiva de la eficiencia.
- 3.4: Analizar las características del mercado y explicar la propuesta de valor.
- 3.5: Analizar las diferentes estrategias de gestión de los recursos humanos y su relación con la motivación.
- 4.2: Seleccionar estrategias de comunicación aplicadas al mundo empresarial utilizando nuevas fórmulas.
- 4.3: Exponer el proyecto de modelo de negocio utilizando las herramientas necesarias.

COMPETENCIAS DOMINANTES

- CE.3
- CE.4

EVALUACIÓN

Rúbrica de presentación oral (Storytelling), resolución de casos prácticos sobre costes y valoración de inventarios, y análisis de una nómina básica.

Trimestre 3 · Viabilidad y Estrategia: El Plan de Negocio Realista

35 h

SDA RECOMENDADA

SDA 3: 'Viabilidad y Lanzamiento'. Los alumnos realizan el análisis financiero de su proyecto (VAN, TIR, Ratios) y redactan el plan de negocio final, integrando la validación Lean Startup y la protección de su propiedad industrial.

SABERES PRINCIPALES

- La función financiera. Estructura económica y financiera. Inversión. Valoración y selección de inversiones. Valor Actual Neto. Tasa Interna de Rentabilidad. Plazo de recuperación. Recursos financieros. Concepto de interés. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa. Instrumentos de financiación a corto y a largo plazo. Autofinanciación.
- La información en la empresa: obligaciones contables. Composición y valoración del patrimonio. Cuentas anuales e imagen fiel. Elaboración de balance y cuenta de pérdidas y ganancias. El Plan General Contable. Cálculo de los beneficios empresariales. EBITDA.
- El entorno del modelo de negocio. Previsión: tendencias clave. Macroeconomía: variables macroeconómicas. Competencia: fuerzas competitivas de Porter. Modelos de mercado.
- La evaluación previa de modelos de negocio: análisis DAFO, análisis previsional de ingresos y costes y el umbral de rentabilidad. Producir o comprar. Subcontratación de servicios por la empresa.
- La validación del modelo de negocio. Lean Startup. Desarrollo de clientes.
- La protección de la idea, del producto y de la marca. Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Oficina Europea de Patentes (OEP) y Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).
- La toma de decisiones. Estrategias. Simulación en hoja de cálculo. Redacción de un plan de negocios básico.
- El análisis de resultados: estudio de mercado, análisis e interpretación de la información contable y análisis de estados financieros. Desequilibrios patrimoniales. Fondo de maniobra. Ratios financieras. Rentabilidad económica y rentabilidad financiera.

CRITERIOS EVALUABLES

- 4.1: Gestionar eficazmente la información y facilitar el proceso de toma de decisiones.
- 5.1: Validar la propuesta de modelo de negocio diseñado dentro de un contexto determinado.
- 5.2: Determinar previsionalmente la estructura de ingresos y costes, calculando su beneficio y umbral de rentabilidad.
- 5.3: Elaborar un plan de negocio básico sobre un escenario simulado concreto.
- 5.4: Analizar y explicar la situación económico-financiera a partir de la información contable.
- 5.5: Analizar las diferentes fuentes de financiación necesarias para llevar a cabo el plan de negocio.

COMPETENCIAS DOMINANTES

- CE.4
- CE.5

EVALUACIÓN

Portafolio final del Plan de Negocio, examen de problemas financieros y contables, y defensa del análisis de viabilidad ante un tribunal simulado.

Situaciones de aprendizaje sugeridas

SDA 1 · Diseña un modelo de negocio para tu barrio

De la idea al pitch inversor

Reto central: Diseñar un modelo de negocio viable para una necesidad concreta del barrio, validarlo con datos de mercado y previsiones financieras, y presentarlo en un video-pitch que convenza a un jurado de inversores reales (asociación de comerciantes local o mentores de Madrid Emprende).

Contexto. El Ayuntamiento de Madrid, a través de su programa Madrid Emprende, busca ideas de negocio que dinamicen los barrios. El alumnado, como equipo de emprendedores, debe identificar una necesidad en su entorno cercano (por ejemplo, comercio local, movilidad, sostenibilidad) y diseñar un modelo de negocio que aporte una solución innovadora, validándolo económicamente.

Recursos: Plantilla de lienzo CANVAS (papel o digital) · Hoja de cálculo (Google Sheets o Excel) para previsiones financieras · Cámara de móvil o software de grabación (OBS, etc.) · Acceso a datos municipales (www.madrid.es) para análisis del barrio · Ejemplos de pitches de startups reales (YouTube) · Rúbricas de evaluación (impresas o en formulario)

Transversales: Fomento del emprendimiento, educación financiera, competencia digital y trabajo en equipo.

#	Fase	Duración	Descripción y evidencia
1	Activación y planteamiento del reto	1 sesión	Se presenta el reto: el Ayuntamiento busca ideas para dinamizar el barrio. Se visiona un pitch de ejemplo y se lanza la pregunta guía. Los equipos exploran su barrio (fotos, datos básicos) y comparten primeras intuiciones. <i>Evidencia:</i> Tormenta de ideas inicial por equipos (anotaciones en cuaderno).
2	Adquisición guiada de saberes	2 sesiones	Se enseñan los saberes clave: lienzo CANVAS, análisis de mercado (propuesta de valor, segmento), previsión financiera básica (ingresos, costes, umbral de rentabilidad) y estructura de un pitch. Se usan ejemplos de empresas reales de Madrid. <i>Evidencia:</i> Ejercicios prácticos de cada bloque (rellenar CANVAS de caso, calcular umbral de rentabilidad simple).
3	Aplicación al reto	4 sesiones	Cada equipo elige una necesidad concreta del barrio, investiga (encuestas, observación, datos de fuentes abiertas), diseña su modelo de negocio en un CANVAS, valida la propuesta con feedback de potenciales clientes y elabora las previsiones financieras. Se realizan checkpoints con el profesor. <i>Evidencia:</i> Lienzo CANVAS completo, informe de investigación de mercado (con segmento, propuesta de valor, canales), hoja de cálculo de previsiones financieras.
4	Producción y comunicación	2 sesiones	Los equipos redactan el guión del video-pitch, planifican los recursos visuales y graban el vídeo (pueden usar móviles o herramientas digitales). Se dedica tiempo a ensayar y mejorar la comunicación. <i>Evidencia:</i> Guión del pitch, storyboard, versión final del video.
5	Reflexión y evaluación	1 sesión	Se proyectan los videos en clase (o se comparten en plataforma). Cada equipo recibe coevaluación de sus compañeros y feedback del profesor. Se asignan niveles de logro (1-4) a cada criterio mediante rúbricas. Cada equipo completa una diana de autoevaluación. <i>Evidencia:</i> Rúbricas cumplimentadas (profesor y pares), diana de autoevaluación.

SDA 2 · Valida tu modelo con datos de Malasaña

Investigación de mercado primaria para un negocio innovador

Reto central: Diseñar y validar un modelo de negocio viable para un nuevo comercio o servicio en Malasaña, basándose en datos primarios recogidos mediante encuestas y entrevistas a clientes potenciales y comerciantes locales.

Contexto. La asociación de comerciantes de Malasaña busca atraer nuevos negocios que se adapten al carácter creativo y diverso del barrio, pero necesitan datos reales, no suposiciones. El alumnado actuará como asesor de la asociación.

Recursos: Plantilla de cuestionario (Google Forms) · Hoja de cálculo para análisis de datos · Lienzo CANVAS en formato digital · Guía de previsión financiera (hoja de cálculo con fórmulas) · Material de referencia: perfil socioeconómico de Malasaña (Ayuntamiento de Madrid)

Transversales: Educación para el emprendimiento, tratamiento crítico de la información y competencia digital.

#	Fase	Duración	Descripción y evidencia
1	Activación y planteamiento del reto	1 sesión	Se presenta el encargo de ACOMALASA: necesitan un estudio de viabilidad para un nuevo negocio en Malasaña. Se visualizan datos del barrio (población, turismo, comercios). El alumnado formula preguntas de investigación iniciales. <i>Evidencia:</i> Cuaderno con preguntas e hipótesis iniciales.
2	Adquisición guiada de saberes	2 sesiones	Taller sobre métodos de recogida de datos primarios (encuestas, entrevistas) y diseño de cuestionarios. Se revisa el lienzo CANVAS y la validación de modelos de negocio. El alumnado diseña un cuestionario en equipos. <i>Evidencia:</i> Cuestionario diseñado y validado.
3	Aplicación al reto	3 sesiones	Recogida de datos: cada equipo aplica el cuestionario a una muestra (al menos 30 respuestas) de residentes/visitantes de Malasaña (online o presencial). Después depuran y analizan los datos (frecuencias, tablas cruzadas) identificando necesidades no cubiertas. <i>Evidencia:</i> Base de datos con respuestas y análisis descriptivo.
4	Producción y comunicación	2 sesiones	Elaboración del informe de validación: lienzo CANVAS validado con los datos, previsión financiera (costes, ingresos, umbral de rentabilidad), y plan de negocio básico. Preparación de una presentación para la asociación. <i>Evidencia:</i> Informe completo y presentación.
5	Reflexión y evaluación	1 sesión	Presentación de los proyectos ante la clase y un miembro de ACOMALASA (invitado o por videoconferencia). Coevaluación entre equipos y autoevaluación usando la rúbrica. Se asignan niveles de logro 1-4 a cada criterio. <i>Evidencia:</i> Rúbrica cumplimentada y diana de autoevaluación.

SDA 3 · Prototipa un negocio social

Diseña un modelo que transforme tu barrio

Reto central: Diseñar un modelo de negocio social y elaborar un prototipo (maqueta, plano, storyboard o vídeo) que comunique la propuesta a la Junta Municipal del distrito, junto con un plan de negocio básico que demuestre su viabilidad.

Contexto. El Ayuntamiento de Madrid ha lanzado una convocatoria de proyectos de emprendimiento social que mejoren la vida en los barrios. Cada grupo de 2.º de Bachillerato debe diseñar un modelo de negocio y crear un prototipo (maqueta, infografía o vídeo) para una iniciativa que dé respuesta a una necesidad real del barrio elegido (p. ej., apoyo a mayores, comercio de proximidad, ocio juvenil).

Recursos: Plantilla de Business Model Canvas (papel o digital) · Guía de análisis PESTEL · Datos abiertos del Ayuntamiento de Madrid (padrón, censo de comercios) · Hoja de cálculo para proyecciones financieras · Materiales para prototipo: cartulinas, rotuladores, cámara, software de edición simple

Transversales: Educación para el emprendimiento social, participación ciudadana y uso crítico de datos.

#	Fase	Duración	Descripción y evidencia
1	Activación y planteamiento del reto	1 sesión	Se presenta la convocatoria del Ayuntamiento y el reto. El alumnado visiona ejemplos de negocios sociales (p. ej., La Fageda, Too Good To Go). Se plantea la pregunta guía y se discuten necesidades del barrio. Cada equipo elige un barrio de Madrid (el suyo o uno asignado). <i>Evidencia:</i> Listado de necesidades detectadas en el barrio por equipo.
2	Adquisición guiada de saberes	2 sesiones	Talleres sobre Business Model Canvas, análisis del entorno (PESTEL, 5 fuerzas de Porter) y segmentación de clientes. Se enseña a elaborar encuestas y a calcular costes e ingresos. Se proporciona una plantilla de plan de negocio y ejemplos de prototipos (maquetas, vídeos). <i>Evidencia:</i> Ejercicios prácticos: Canvas de un caso conocido, mini-PESTEL.
3	Aplicación al reto	2 sesiones	Los equipos investigan datos de su barrio (padrón, comercios, demandas sociales) usando webs oficiales. Diseñan su propio Canvas, validan hipótesis mediante encuestas/entrevistas a vecinos (presenciales o virtuales) y ajustan el modelo. También realizan un análisis de la competencia local. <i>Evidencia:</i> Canvas propio y resultados de validación (tabla con respuestas).
4	Producción y comunicación	2 sesiones	Cada equipo elabora el plan de negocio: descripción, análisis de mercado, plan de marketing y plan financiero (con punto muerto). Paralelamente, diseñan el prototipo (maqueta, infografía, storyboard o vídeo) que muestre el servicio o producto. Se prepara un elevator pitch de 2 minutos. <i>Evidencia:</i> Plan de negocio y prototipo terminados.
5	Reflexión y evaluación	1 sesión	Presentación de los proyectos a la clase (simulando la Junta Municipal). Cada equipo expone su pitch y muestra el prototipo. Coevaluación con rúbrica entre equipos. Autoevaluación individual con diana de logros. Se recogen las rúbricas para asignar nivel de logro 1-4 a cada criterio. <i>Evidencia:</i> Rúbrica de coevaluación cumplimentada y diana de autoevaluación.

Sugerencias DUA por competencia específica

Diseño Universal del Aprendizaje aplicado a cada CE en sus tres ejes: representación (cómo presento el contenido), acción y expresión (cómo demuestran lo aprendido) e implicación (cómo motivar).

CE.1

Eje DUA	Principio	Sugerencias
Representación	Proporcionar múltiples formas de representación	<ul style="list-style-type: none">• Ofrecer un mapa visual interactivo que relacione la evolución tecnológica con cambios en modelos de negocio (industria 4.0, economía colaborativa).• Facilitar entrevistas en formato pódcast con emprendedores locales explicando cómo la digitalización transformó su empresa.• Proporcionar organizadores gráficos (tablas comparativas, diagramas causa-efecto) para analizar el impacto social de distintas empresas.
Acción y expresión	Proporcionar múltiples formas de expresión	<ul style="list-style-type: none">• Diseñar un estudio de caso en el que el alumnado elabore un informe (texto, infografía o vídeo) sobre un emprendimiento real y su contribución al ODS 8.• Realizar un debate estructurado (oral o escrito) sobre si la digitalización incrementa o reduce las desigualdades económicas.• Crear un prototipo de modelo de negocio digital (página web, presentación interactiva o simulación en canvas) que incorpore innovación.
Implicación / motivación	Proporcionar múltiples formas de motivación	<ul style="list-style-type: none">• Permitir que el alumnado elija analizar una empresa emergente de su sector favorito (moda, videojuegos, alimentación) y reflexione sobre su impacto.• Implementar un juego de rol económico donde cada estudiante represente un agente (empresedor, inversor, consumidor) y decida cómo la innovación afecta al mercado.• Invitar a un emprendedor local (presencial o teletransmisión) para que narre su experiencia de transformación digital y responda preguntas.

CE.2

Eje DUA	Principio	Sugerencias
---------	-----------	-------------

Representación	Proporcionar múltiples formas de representación	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer un mapa interactivo del entorno económico y social con datos actualizados de indicadores (PIB, empleo, etc.) para que el alumnado explore tendencias. • Presentar estudios de caso en formato vídeo sobre empresas que han aplicado responsabilidad social corporativa (RSC) en diferentes sectores. • Utilizar infografías que sinteticen las interrelaciones empresa-entorno y los criterios de igualdad e inclusión, accesibles en versión texto y audio.
Acción y expresión	Proporcionar múltiples formas de expresión	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un informe de análisis de una empresa local donde se identifiquen estrategias de adaptación al entorno basadas en RSC, con formato libre (texto, presentación, vídeo). • Diseñar un póster digital o infografía que compare el impacto social de dos empresas del mismo sector, destacando prácticas de inclusión. • Realizar un debate o grabación de podcast simulando una reunión de accionistas donde se propongan medidas de responsabilidad social para una empresa real.
Implicación / motivación	Proporcionar múltiples formas de motivación	<ul style="list-style-type: none"> • Permitir que el alumnado elija la empresa a investigar entre una lista de negocios locales con perfiles diversos (sociales, tecnológicos, tradicionales). • Plantear un reto colaborativo: 'Diseña una estrategia de RSC para tu barrio' donde los estudiantes deban investigar el entorno y proponer acciones viables. • Incluir la opción de entrevistar a un emprendedor local sobre cómo adapta su negocio a los cambios sociales y económicos, y compartir la experiencia en clase.

CE.3

Eje DUA	Principio	Sugerencias
Representación	Proporcionar múltiples formas de representación	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer estudios de caso de modelos de negocio actuales y tradicionales en formato infografía y video corto para facilitar la comparación visual. • Proporcionar una plantilla de análisis de modelos de negocio con guía paso a paso y ejemplos resueltos que estructure la comprensión. • Presentar una línea del tiempo interactiva de la evolución de modelos de negocio, destacando estrategias clave y herramientas de diseño creativo.

Eje DUA	Principio	Sugerencias
Acción y expresión	Proporcionar múltiples formas de expresión	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un mapa conceptual digital que compare un modelo tradicional con uno actual, usando herramientas como MindMeister o Canva. • Crear un prototipo de modelo de negocio mediante un CANVAS editable y presentarlo en un pitch de 2 minutos (grabado o en vivo). • Redactar un informe escrito o un blog donde se apliquen estrategias de diseño creativo y se justifique cómo la propuesta aporta valor y contribuye al bienestar.
Implicación / motivación	Proporcionar múltiples formas de motivación	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer la opción de elegir entre analizar modelos de negocio del ámbito local, nacional o internacional, según el interés del alumnado. • Plantear un reto de diseño de un modelo de negocio que resuelva un problema real del entorno cercano (barrio, instituto), fomentando la conexión personal. • Incorporar elementos de gamificación como insignias al completar fases del diseño creativo (análisis, comparación, propuesta) y permitir la autoevaluación del progreso.

CE.4

Eje DUA	Principio	Sugerencias
Representación	Proporcionar múltiples formas de representación	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer casos reales de comunicación empresarial en formato vídeo, texto e infografía interactiva para que el alumnado acceda al contenido según su preferencia. • Utilizar simulaciones digitales (por ejemplo, un software de simulación de decisiones empresariales) que muestren visualmente los flujos de información interna y externa. • Proporcionar mapas conceptuales y diagramas de flujo que relacionen las estrategias comunicativas con la toma de decisiones, disponibles en versión imprimible y editable.
Acción y expresión	Proporcionar múltiples formas de acción y expresión	<ul style="list-style-type: none"> • Permitir que el alumnado elabore un plan de comunicación empresarial en formato escrito, en infografía digital o en un breve vídeo-pitch, demostrando la selección de estrategias. • Ofrecer la opción de realizar un análisis de un caso real mediante una presentación oral, un podcast o un informe escrito, todos evaluables con la misma rúbrica. • Solicitar el diseño de un panel de control (dashboard) que represente gráficamente los canales de comunicación internos y externos de una empresa simulada, permitiendo usar herramientas digitales variadas (Canva, Excel, Genially).

Eje DUA	Principio	Sugerencias
Implicación / motivación	Proporcionar múltiples formas de motivación e implicación	<ul style="list-style-type: none"> • Dejar que el alumnado elija una empresa local o de su interés (familiar, conocida, startup) para aplicar las estrategias comunicativas, aumentando la relevancia personal. • Plantear un juego de roles en el que deban gestionar una crisis de comunicación (retirada de producto, filtración de datos) y evaluar las consecuencias de sus decisiones en tiempo real. • Incorporar un sistema de insignias o niveles en la evaluación de las tareas, donde cada nivel supone un reto comunicativo mayor (comunicación interna -> externa -> internacional).

CE.5

Eje DUA	Principio	Sugerencias
Representación	Proporcionar múltiples formas de representación	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer un diagrama de flujo visual del proceso de análisis previsual con iconos que representen cada herramienta (DAFO, PESTEL, lienzo Canvas, proyecciones financieras). • Facilitar una guía escrita con listas de verificación paso a paso para aplicar cada herramienta de análisis empresarial en la validación del modelo. • Proporcionar una calculadora interactiva en Excel con celdas protegidas y comentarios que guíen la introducción de datos para las proyecciones financieras.
Acción y expresión	Proporcionar múltiples formas de expresión	<ul style="list-style-type: none"> • Permitir que el alumnado entregue un vídeo-pitch de 5 minutos donde explique las conclusiones del análisis previsual y la validación del modelo de negocio. • Posibilitar la creación de un dashboard interactivo en Google Data Studio con indicadores clave (VAN, TIR, punto muerto) que sustituya al informe escrito tradicional. • Ofrecer la opción de realizar una simulación oral ante un tribunal ficticio (compañeros y docente) defendiendo la viabilidad del modelo, grabado en audio para su revisión.
Implicación / motivación	Proporcionar múltiples formas de motivación	<ul style="list-style-type: none"> • Dejar que cada estudiante elija una startup real de su sector de interés (tecnología, moda, alimentación) para aplicar el análisis previsual, aumentando la relevancia personal. • Proponer tres niveles de complejidad en las plantillas de proyección: básica (1 escenario), intermedia (3 escenarios) y avanzada (análisis de sensibilidad), para que el alumnado ajuste el reto. • Organizar una sesión de coevaluación por parejas donde los estudiantes compartan sus modelos y se den feedback constructivo sobre la coherencia del análisis previsual.

Preguntas frecuentes específicas de Comunidad de Madrid

1. ¿Qué decreto autonómico regula la materia Empresa y Diseño de Modelos de Negocio en 2.º Bachillerato en Madrid y qué modificación introduce respecto al BOE?

En Madrid, la materia se rige por el Decreto 64/2022, de 20 de julio, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la ordenación y el currículo de Bachillerato. Introduce una distribución horaria de 3 horas semanales y organiza los 27 saberes básicos en 5 bloques, manteniendo los 5 criterios de evaluación generales del BOE.

2. ¿En qué se diferencia la secuenciación de saberes de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio en Madrid respecto a la de Castilla-La Mancha?

Mientras Madrid agrupa los 27 saberes en 5 bloques que se distribuyen a lo largo del curso (3 horas semanales), Castilla-La Mancha los organiza en 4 bloques y dedica 4 horas semanales, priorizando el bloque de 'Modelos de negocio digitales' en el tercer trimestre. Madrid mantiene un enfoque más tradicional sin esa priorización.

3. ¿Dado que Empresa y Diseño de Modelos de Negocio tiene 3 horas semanales en Madrid, ¿cómo se recomienda distribuir los 18 criterios de evaluación a lo largo del curso?

Se sugiere evaluar 6 criterios por trimestre, asociados a los saberes correspondientes. Los criterios relacionados con análisis de modelos de negocio (CE1, CE2) en el primer trimestre, diseño (CE3, CE4) en el segundo, y presentación y evaluación (CE5) en el tercero, permitiendo una progresión coherente.

4. ¿Qué aspectos concretos revisa la inspección educativa en Madrid en las programaciones de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio de 2.º Bachillerato?

La inspección verifica que la programación incluya los 5 criterios de evaluación y los 27 saberes básicos desglosados en unidades didácticas, que se especifiquen los instrumentos de evaluación variados (rúbricas, portafolios) y que se contemple la atención a la diversidad con al menos dos medidas concretas por unidad.

5. ¿Qué recursos específicos recomienda el currículo de Madrid para trabajar los 27 saberes de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio?

Se recomienda el uso de simuladores de creación de empresas (como Simulador de Empresa o Business Model Canvas digital), estudios de casos reales de startups madrileñas, y la plataforma EducaMadrid para alojar los portafolios digitales de los alumnos. La bibliografía incluye 'Empresa e iniciativa emprendedora' de Editorial SM y manuales de Lean Startup.

6. ¿Con qué departamentos debe coordinarse el de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio en 2.º Bachillerato en Madrid para trabajar competencias clave?

Debe coordinarse con el departamento de Economía (para contenidos de finanzas), de Matemáticas (análisis de datos y ratios), y de Lengua y Literatura (exposición oral y escrita de planes de negocio). En Madrid, se fomenta la realización de un proyecto interdisciplinar conjunto en el tercer trimestre.

7. ¿Qué medidas de atención a la diversidad se aplican específicamente en Empresa y Diseño de Modelos de Negocio en Madrid para alumnado con altas capacidades?

Se propone la elaboración de un plan de empresa ampliado con análisis de viabilidad financiera real, mentoría con emprendedores locales, y participación en concursos de planes de negocio regionales. Para alumnado con dificultades, se facilita el uso de plantillas guiadas del Lean Canvas y rúbricas simplificadas.

8. ¿Cómo se organiza la recuperación de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio en Madrid para alumnos que no superan la evaluación continua?

En Madrid, para alumnos que no superan la evaluación continua, se organiza una prueba extraordinaria en junio sobre los 5 criterios de evaluación. Quienes no la aprueben, realizan un plan de recuperación de verano con un trabajo práctico de diseño de modelo de negocio.

Cómo programar paso a paso

Hoja de ruta de 7 pasos para construir tu programación didáctica desde el decreto hasta la rúbrica final.

Paso 1 · Leer el decreto vigente 1 hora

Localiza el decreto autonómico que desarrolla el currículo de Bachillerato para tu CCAA. Identifica las cinco competencias específicas (CE), los 16 criterios de evaluación y los 26 saberes básicos de la materia. Marca los cambios respecto al borrador previo.

Tip: Imprime el anexo de la materia y subraya con colores las CE, criterios y saberes; así verás de un vistazo la estructura sin perderte en páginas legales.

Paso 2 · Listar las CE y criterios 1,5 horas

Escribe en una tabla las cinco competencias específicas (p.ej., CE1, CE2...) con sus criterios asociados (16 en total). Añade una columna para los saberes que trabajan cada criterio. No mezcles LOMCE: redacta los criterios en forma de acción evaluable (analizar, diseñar, resolver...).

Tip: Usa una hoja de cálculo con tres columnas: CE, criterio, saberes. Luego filtrala por saber para ver qué criterios cubre cada uno; eso te ahorrará repeticiones en las situaciones de aprendizaje.

Paso 3 · Priorizar criterios e instrumentos 1 hora

Decide qué criterios se evaluarán en cada evaluación (primera, segunda, tercera) y qué instrumentos usarás (rúbrica de SDA, prueba escrita, portfolio, observación). Distribuye los 16 criterios de forma que cada evaluación tenga unos 5-6, y ninguno quede sin evaluar al final del curso.

Tip: No intentes evaluar todos los criterios cada trimestre. Por ejemplo, el criterio 'Valorar la viabilidad de un modelo de negocio' es idóneo para la tercera evaluación, cuando ya han trabajado todo el proceso.

Paso 4 · Distribuir saberes por trimestre 2 horas

Organiza los 26 saberes básicos en tres bloques trimestrales, respetando los cuatro bloques del currículo (I, II, III, IV). Asegura una progresión lógica: primero conceptos clave y entorno empresarial (bloque I), luego modelos de negocio (bloque II), estrategias (bloque III) y finalmente viabilidad y comunicación (bloque IV).

Tip: Empieza el primer trimestre con saberes del bloque I y II, pero incluye un saber del bloque IV (p.ej., 'presentación del proyecto') para que los alumnos vean el producto final desde el inicio y mantengan la motivación.

Paso 5 · Diseñar una SDA tipo por trimestre 2 horas

Crea una situación de aprendizaje (SDA) por trimestre que integre CE, criterios y saberes. Por ejemplo, en el primer trimestre: 'Identificar oportunidades de negocio en el entorno local'. Define el producto final (póster, pitch, plan de empresa...), las fases y los instrumentos de evaluación (rúbrica, diana, diario de aprendizaje).

Tip: Elige un caso real de tu municipio (una tienda que cerró, un servicio que falta) para conectar con el alumnado. El producto final puede ser un lienzo CANVAS comentado; así evalúas varios criterios de una vez.

Paso 6 · Establecer ponderaciones del departamento 1 hora

Define qué porcentaje de la nota final corresponde a cada SDA, a las pruebas y a la observación. Por ejemplo: 70% SDA (repartido entre tres), 20% prueba trimestral, 10% trabajo diario. Acuerda estos porcentajes con el departamento y recógelos en la programación.

Tip: Para evitar reclamaciones, redacta una rúbrica para cada SDA y súbela a la plataforma del centro. Así el alumnado sabe exactamente qué se evalúa y cómo se calcula la nota.

Paso 7 · Documentar atención a la diversidad y recuperación 1 hora

Incluye medidas ordinarias y específicas para atender la diversidad (metodologías activas, materiales adaptados, refuerzo, ampliación). Describe el sistema de recuperación: actividades de mejora tras cada SDA, y prueba final de criterios no superados. Todo debe estar en la programación.

Tip: No copies frases genéricas de 'atención a la diversidad'. Detalla, por ejemplo, que un alumno con altas capacidades podrá investigar modelos de negocio internacionales y tutorizar a compañeros. Esto la inspección lo valora mucho.