

Fundamentos de administracion y gestion ·

1.º Bachillerato · Aragón

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

Normativa Orden ECD/1112/2022, de 18 de julio

Estado normativo Fallback boe

Generado 26/05/2026 17:40

9 Competencias	57 Criterios	27 Saberes	3 SDAs
--------------------------	------------------------	----------------------	------------------

Primer curso post-obligatorio. El alumnado entra con motivación y nivel muy variables tras 4.º ESO. Los criterios LOMLOE exigen ya razonamiento de nivel medio-alto y autonomía en el aprendizaje.

Índice

1. Resumen normativo

2. Comparativa Aragón vs BOE

3. Competencias específicas (explicadas)

4. Criterios de evaluación (con evidencia)

5. Saberes básicos (con actividad de aula)

· Secuenciación trimestral

· Situaciones de aprendizaje sugeridas

· Preguntas frecuentes específicas

1. Resumen normativo

Materia	Fundamentos de administracion y gestion
Curso	1.º Bachillerato
Comunidad Autónoma	Aragón
Decreto autonómico	Orden ECD/1112/2022, de 18 de julio
Particularidad	Aragón incorpora referencias específicas al patrimonio aragonés en Geografía e Historia y Lengua.
Referencia normativa	Real Decreto 243/2022, de 5 de abril (BOE 6 de abril), por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas mínimas del Bachillerato.

2. Comparativa Aragón vs BOE

Estado normativo: Fallback boe

Aragón no ha publicado decreto propio; aplica íntegramente el Real Decreto 243/2022 de Bachillerato.

Mantiene del BOE

Sí, al no existir normativa autonómica, se aplica el currículo estatal sin modificaciones.

Implicación para tu programación: La programación debe basarse exclusivamente en los criterios, competencias y saberes del RD 243/2022, sin añadidos territoriales.

3. Competencias específicas

Fundamentos de Administración y Gestión

CE.FAG.1 · Identificar los principales aspectos de la innovación, elemento necesario para garantizar el desarrollo sostenible de un...

TEXTO OFICIAL

Identificar los principales aspectos de la innovación, elemento necesario para garantizar el desarrollo sostenible de un país y la competitividad de sus empresas, destacando el papel fundamental que desempeña el proceso emprendedor en el complejo proceso de la innovación. Relacionar la innovación con situaciones actuales de la economía aragonesa a nivel local y en un contexto nacional e internacional. Durante las últimas décadas ha ido creciendo el interés hacia la innovación como elemento fundamental de impulso al crecimiento. Tanto en el mundo académico como en el empresarial y político se considera la innovación como elemento necesario para garantizar un crecimiento sostenible.

CE.FAG.2 · Identifica y lleva a cabo el proceso de toma de decisiones en la generación de ideas innovadoras con sentido crítico y é...

TEXTO OFICIAL

Identifica y lleva a cabo el proceso de toma de decisiones en la generación de ideas innovadoras con sentido crítico y ético, con estrategias de planificación para poner en marcha un proyecto empresarial. Identifica las áreas de la empresa, los objetivos y los valores corporativos. Decide la forma jurídica y la localización. Adopta en la toma de decisiones una actitud integradora, de respeto a la diversidad de opiniones y en igualdad.

CE.FAG.3 · Identifica los procedimientos legales antes los diferentes organismos públicos para la puesta en marcha de una empresa.

TEXTO OFICIAL

Identifica los procedimientos legales antes los diferentes organismos públicos para la puesta en marcha de una empresa.

CE.FAG.4 · Identifica el proceso productivo en sus diferentes fases, con sus implicaciones técnicas y medioambientales. Diseña el p...

TEXTO OFICIAL

Identifica el proceso productivo en sus diferentes fases, con sus implicaciones técnicas y medioambientales. Diseña el prototipo de producto y/o la gestión del servicio. Identifica las necesidades de recursos para el proceso productivo, seleccionando proveedores con criterios técnicos, financieros y éticos. Aplica técnicas de negociación, comunicación y procedimientos administrativos de compra y pago. Analiza la estructura de costes e ingresos de una actividad económica y calcula el umbral de rentabilidad.

CE.FAG.5 · Conoce y aplica métodos de investigación de mercados, analizando la información obtenida y segmentando el mercado de acu...

TEXTO OFICIAL

Conoce y aplica métodos de investigación de mercados, analizando la información obtenida y segmentando el mercado de acuerdo con objetivos prefijados. Planifica estrategias comerciales distinguiendo las variables del marketing-mix. El objetivo de la materia es establecer una comunicación real con la comunidad. Llamamos mercado al público objetivo del proyecto diseñado, tenga este proyecto un objetivo empresarial o eco-social. La comunicación va en un primer lugar desde el exterior hacia el alumnado, para detectar las necesidades reales del entorno local y obtener información acerca de cómo diseñar la estrategia que aporte valor al mercado. Así el esfuerzo de la investigación requiere la obtención de información real, utilizando para ello medios diversos y adecuados al proyecto, de acuerdo a sus características.

CE.FAG.6 · Interpreta la estructura organizativa de una empresa identificando la planificación de los recursos humanos y comprendie...

TEXTO OFICIAL

Interpreta la estructura organizativa de una empresa identificando la planificación de los recursos humanos y comprendiendo la documentación de contratación en su contexto normativo. El objetivo es que se adquiriera una visión clara de las relaciones laborales entre las empresas y los/as trabajadores/as, normas laborales básicas, negociaciones de los convenios colectivos, selección del personal, opciones de contratación y organización de los puestos de trabajo, así como la frecuente actualización de la normativa de este campo legislativo. Es fundamental ser consciente de la importancia de las implicaciones que tiene para las personas las relaciones laborales y la reflexión sobre situaciones de desigualdad que pueden generar. Abordar cuestiones como la brecha salarial permite recapacitar sobre cuestiones que son cruciales en la etapa de formación del alumnado. Desde el punto de vista empresarial, se obtendrá la capacidad de interpretar las necesidades de organización interna, distribución de las funciones por áreas de responsabilidad, las relaciones de mando y comunicación entre los departamentos y la importancia de la motivación y el liderazgo.

CE.FAG.7 · Reconoce el método contable como mecanismo de trasladar los hechos en las relaciones económicas a datos que reflejan la ...

TEXTO OFICIAL

Reconoce el método contable como mecanismo de trasladar los hechos en las relaciones económicas a datos que reflejan la situación patrimonial, económica y financiera de una empresa a través de sus cuentas anuales. Relaciona la situación de una empresa con sus obligaciones fiscales. La capacidad de sintetizar la situación de una empresa a través de datos concisos, utilizando un lenguaje común fácilmente interpretable y de gran trascendencia, tanto para los grupos de interés con los que se relaciona como para la propia organización de la corporación, es fruto del método contable.

CE.FAG.8 · Analiza y comprueba la viabilidad de la empresa adquiriendo hábitos de búsqueda de la mejora continua en la toma de deci...

TEXTO OFICIAL

Analiza y comprueba la viabilidad de la empresa adquiriendo hábitos de búsqueda de la mejora continua en la toma de decisiones. Identifica las necesidades financieras y las opciones de acceso a fuentes de financiación. El análisis de la viabilidad comprende el estudio de la viabilidad técnica, medioambiental, comercial, jurídico-legal, comercial, económica y financiera. Con esta competencia se obtiene una visión de conjunto de la posibilidad de que la empresa funcione o no, la interrelación de todas las áreas o departamentos de la empresa y el equilibrio al que se aspira en las empresas, asumiendo la condición de inestabilidad. Las competencias específicas anteriores y adquiridas en esta materia se requieren para la visión de conjunto que se propone con esta, ya que aglutina habilidades, conocimientos y actitudes que se reúnen ahora en un veredicto final, dentro de un contexto en cambio continuo. Así, es necesario manejar criterios para el estudio de los requisitos legales de cada forma jurídica, del proceso productivo, del análisis de mercado y de los estados contables.

CE.FAG.9 · Expone su proyecto de emprendimiento siguiendo el Plan de Empresa elaborado, con una comunicación oral y escrita eficaz,...

TEXTO OFICIAL

Expone su proyecto de emprendimiento siguiendo el Plan de Empresa elaborado, con una comunicación oral y escrita eficaz, utilizando medios audiovisuales, adaptándose a contextos de audiencia diversa vinculada con el entorno específico del propio proyecto. Conseguir transmitir el resultado de un proyecto es el resultado final de un trabajo completo, esta última parte garantiza la comprensión de las anteriores. La comunicación oral, parte de la competencia lingüística, se desarrolla con unas condiciones muy específicas de contexto empresarial. La comunicación eficaz del proyecto consiste en explicar de forma resumida cuestiones complejas, por un lado, la interpretación de un entorno local complejo, por otro la exposición de situaciones de simulación que aventuran posibilidades inciertas y, por último, el manejo de datos y conceptos técnicos de economía que se tienen que hacer entender a un público que no tiene por qué ser especializado. En la comunicación no solo se van a exigir destrezas orales y escritas apropiadas, sino que se deberán utilizar medios digitales, elaborar contenidos audiovisuales que favorezcan la comprensión. La competencia digital en la creación de contenidos conlleva trabajar de manera individual y colectiva, aplicando medidas de seguridad y respetando la autoría digital. En los contextos laborales reales son constantes las necesidades de comunicación y expresión oral, hablar en público es algo a lo que van a enfrentarse cualquier estudiante en su itinerario profesional. La audiencia a la que nos dirigimos al explicar un proyecto es diversa, por lo tanto, cuantas más oportunidades de enfrentarse a un público amplio, mayor será su seguridad en la capacidad comunicativa. Conseguir interpretar al receptor es un reto que requiere entrenamiento. Además, la exposición implica aceptar las valoraciones de la audiencia, encajar las críticas de manera constructiva y tener voluntad de mejora. También escuchar otras exposiciones del resto de miembros del grupo sitúa al alumnado en posición de aportar sus propias opiniones sobre el trabajo de los demás, con responsabilidad, asertividad y de manera constructiva. Como posibilidad para ampliar la capacidad comunicativa y, al mismo tiempo, hacer consciente al exponente de la posibilidad de proyección en un contexto global de su idea de negocio.

4. Criterios de evaluación

Fundamentos de Administración y Gestión

Código	CE	Criterio + evidencia y contexto	Instrumento
1.1	CE.FAG.1	Identifica distintos tipos de innovación y la relaciona con la solución a necesidades humanas.	
1.2	CE.FAG.1	Reconoce diversas experiencias de innovación empresarial y social identificando la necesidad de viabilidad y responsabilidad social corporativa.	
1.3	CE.FAG.1	Analiza la información económica de algún sector de actividad empresarial utilizando herramientas de investigación.	
1.4	CE.FAG.1	Relaciona las actividades empresariales con el desarrollo local, la calidad de vida y la sostenibilidad.	
2.1	CE.FAG.2	Analiza las ventajas e inconvenientes de diferentes ideas, evaluando las repercusiones de su decisión.	
2.2	CE.FAG.2	Selecciona una idea de negocio, valorando y argumentando de forma técnica la elección.	
2.3	CE.FAG.2	Trabaja en equipo manteniendo una comunicación fluida, respetuosa y eficaz con sus compañeros o compañeras para el desarrollo del proyecto de empresa.	
2.4	CE.FAG.2	Establece los objetivos sociales y/o empresariales a alcanzar con el proyecto, identificando los valores de la empresa y la responsabilidad social corporativa, teniendo en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenibles.	
2.5	CE.FAG.2	Identifica cada una de las áreas o departamentos funcionales de la empresa valorando su importancia e interacción como parte de un proyecto completo.	
2.6	CE.FAG.2	Razona la elección de la forma jurídica.	
2.7	CE.FAG.2	Razona la decisión de localización de la empresa.	
3.1	CE.FAG.3	Identifica los organismos ante los que deben realizarse los trámites legales necesarios para la puesta en marcha del negocio.	
3.2	CE.FAG.3	Analiza la información prescriptiva en cada caso para realizar los trámites.	
3.3	CE.FAG.3	Comprende e identifica el procedimiento para realizar los trámites administrativos a realizar ante Seguridad Social, Agencia Tributaria, organismos laborales, Ayuntamientos, y Registro Mercantil.	
3.4	CE.FAG.3	Muestra autonomía en la búsqueda de información para realizar los trámites y adaptarse a los cambios en los protocolos administrativos.	
3.5	CE.FAG.3	Reconoce los protocolos de seguridad en los trámites digitales con la administración.	
3.6	CE.FAG.3	Valora la importancia de la gestión de los organismos públicos para la convivencia en sociedad y la necesidad de cumplir los plazos legales.	
4.1	CE.FAG.4	Explica el proceso productivo de la idea de negocio de manera coherente, argumentando la viabilidad técnica del proyecto.	
4.2	CE.FAG.4	Analiza la viabilidad medioambiental del proyecto.	

Código	CE	Criterio + evidencia y contexto	Instrumento
4.3	CE.FAG.4	Diseña, de manera grupal, el prototipo del producto y/o el manual de procedimiento de prestación del servicio que aporte soluciones a problemas reales.	
4.4	CE.FAG.4	Establece las necesidades de aprovisionamiento de recursos.	
4.5	CE.FAG.4	Reconoce las variables de selección de proveedores, razonando prioridades, atendiendo a criterios técnicos, financieros y éticos, en coherencia con los valores de responsabilidad social.	
4.6	CE.FAG.4	Conoce y aplica técnicas y estrategias de búsqueda de información y de comunicación y negociación con proveedores, fomentando la cooperación, el comercio justo y el desarrollo local.	
4.7	CE.FAG.4	Identifica los elementos administrativos de compra y pagos.	
4.8	CE.FAG.4	Identifica los ingresos de una actividad y los gastos, distinguiendo costes fijos y variables, así como las inversiones y la cuantificación de las amortizaciones.	
4.9	CE.FAG.4	Aplica métodos de cálculo apropiados para hallar el umbral de rentabilidad comprendiendo su importancia para la supervivencia de la empresa y la viabilidad económica de los proyectos.	
5.1	CE.FAG.5	Identifica el mercado objetivo al que dirige un producto o servicio, distinguiendo los segmentos atendiendo a criterios adecuados.	
5.2	CE.FAG.5	Reflexiona y aplica técnicas de investigación útiles para valorar las necesidades y preferencias de los clientes potenciales respecto a producto, precio, distribución y comunicación. Utiliza para ello de forma correcta, ética y segura herramientas de comunicación y análisis digitales, redes sociales, encuestas y hojas de cálculo.	
5.3	CE.FAG.5	Analiza el entorno específico a través del análisis del núcleo competitivo de Porter o de las cinco fuerzas competitivas de un sector.	
5.4	CE.FAG.5	Realiza un análisis DAFO para concretar las estrategias comerciales.	
5.5	CE.FAG.5	Realiza previsiones de ventas y las compara con los resultados obtenidos en el cálculo del umbral de rentabilidad.	
5.6	CE.FAG.5	Analiza los métodos adecuados de fijación de precios.	
5.7	CE.FAG.5	Desarrolla una imagen de empresa que comprende el nombre y/o marca comercial, logotipo y eslóganes publicitarios, respetando en todo momento el uso correcto de la propiedad privada de imágenes y nombres comerciales.	
5.8	CE.FAG.5	Diseña una comunicación comercial con su mercado objetivo, utilizando internet, creación de páginas web y redes sociales.	
6.1	CE.FAG.6	Evalúa las necesidades de la empresa y describe los puestos de trabajo.	
6.2	CE.FAG.6	Representa en un organigrama la estructura de una empresa.	
6.3	CE.FAG.6	Identifica formas de selección del personal de una empresa.	
6.4	CE.FAG.6	Diferencia formas de contratación de acuerdo a la normativa laboral.	
6.5	CE.FAG.6	Reconoce las obligaciones de la empresa ante la Seguridad Social.	
6.6	CE.FAG.6	Identifica los conceptos de documentos de retribución del personal.	
7.1	CE.FAG.7	Identifica el concepto del patrimonio y distingue los elementos patrimoniales, bienes, derechos y obligaciones de situaciones prácticas.	

Código	CE	Criterio + evidencia y contexto	Instrumento
7.2	CE.FAG.7	Interpreta la información de un Balance de Situación y su evolución a lo largo de un ciclo contable.	
7.3	CE.FAG.7	Realiza una Cuenta de Resultados con información real o previsional y determina el resultado obtenido.	
7.4	CE.FAG.7	Comprende y reproduce la metodología contable para operaciones sencillas y habituales en las actividades económicas como compras, ventas, cobros, pagos, obtención del resultado o cierre contable.	
7.5	CE.FAG.7	Interpreta los principios de contabilidad del Plan General de Contabilidad.	
7.6	CE.FAG.7	Analiza las obligaciones contables y fiscales y los procedimientos para cumplir con ellas, en líneas generales.	
7.7	CE.FAG.7	Reconoce las aplicaciones informáticas de contabilidad.	
8.1	CE.FAG.8	Identifica las inversiones que requiere la empresa para la puesta en marcha de la actividad y su funcionamiento identificando las necesidades de financiación.	
8.2	CE.FAG.8	Analiza las opciones de financiación aplicables a situaciones concretas, valorando el coste, ayudas o subvenciones y las obligaciones que suponen.	
8.3	CE.FAG.8	Reconoce la utilidad de los estados previsionales de tesorería aplicando métodos de diseño de cálculos con herramientas digitales y reconoce la importancia de tomar decisiones que eviten situaciones de riesgo inasumibles.	
8.4	CE.FAG.8	Sintetiza conclusiones obtenidas del análisis de la viabilidad conjunta de la empresa en sus dimensiones técnica, medioambiental, jurídica, comercial, económica y financiera, reconsiderando las decisiones tomadas y adaptándose a la solución de problemas.	
9.1	CE.FAG.9	Es capaz de identificar las características de la audiencia y adaptar sus explicaciones para ser entendido.	
9.2	CE.FAG.9	Utiliza habilidades de comunicación eficaz, que captan la atención y transmiten los contenidos del Plan de Empresa de manera clara, concisa y amena.	
9.3	CE.FAG.9	Elabora presentaciones y/o recursos audiovisuales para transmitir la idea de negocio y su viabilidad en todas sus dimensiones.	
9.4	CE.FAG.9	Utiliza herramientas digitales y de difusión de la información de manera responsable y efectiva.	
9.5	CE.FAG.9	Reflexiona sobre el impacto generado por su comunicación en la audiencia, interpretando las críticas y planteando soluciones a sus errores de proyecto y de comunicación.	
9.6	CE.FAG.9	Valora la adecuación de los proyectos de todo el grupo clase a un entorno local con perspectiva global, teniendo en cuenta el impacto positivo y negativo que podría generar.	

5. Saberes básicos

Fundamentos de Administración y Gestión

Saberes básicos del decreto

#	Saber oficial	Resumen claro y actividad de aula
1	La investigación, desarrollo e innovación como fuente de crecimiento económico y desarrollo sostenible. I+D+i.	
2	Tipos de innovación empresarial: producto, proceso, marketing y organización. Riesgos de la innovación.	
3	Identificar necesidades para aportar soluciones.	
4	Investigación de mercados, objetivos y herramientas. UX Designer.	
5	Análisis del entorno general y específico: PESTEL y PORTER.	
6	El proceso emprendedor en función de sus objetivos: Emprendimiento empresarial y emprendimiento social, relación de ambas opciones con la viabilidad económica y la responsabilidad social corporativa, RSC.	
7	Emprendimiento y sinergias en el desarrollo local. Economía del conocimiento. Economía circular.	

Saberes básicos del decreto

#	Saber oficial	Resumen claro y actividad de aula
1	El Plan de empresa. La idea de negocio. Patentes. Objetivos. Misión, Visión y valores. Áreas funcionales de la empresa.	
2	Condicionantes para elegir el nombre de la empresa. El Registro Mercantil.	
3	Localización y dimensión.	
4	La forma jurídica y los principales trámites legales para iniciar un negocio, fiscales, laborales y de Seguridad Social.	
5	Los organismos de asesoramiento y ayuda para iniciar el proyecto emprendedor. Asesoramiento al emprendedor.	

Saberes básicos del decreto

#	Saber oficial	Resumen claro y actividad de aula
1	Área de producción. El proceso productivo. Viabilidad técnica. Viabilidad medioambiental.	
2	Clasificación de gastos, fijos y variables, directos e indirectos. Cálculo del umbral de rentabilidad.	
3	Prototipos de productos y manuales de procedimiento de prestación de servicios.	
4	Área de aprovisionamiento: selección de proveedores, criterios técnicos, financieros y éticos. Control de stocks. Documentos administrativos de compra: pedidos, albaranes y facturas y sus implicaciones fiscales. Formas de pago y documentos. Cheques, domiciliación bancaria, transferencias, efectos comerciales.	
5	Área comercial. Mercado objetivo. Técnicas y aplicación de estudios de mercado. Segmentación. Estrategias comerciales. Marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación. Estrategias comerciales. Análisis DAFO. Imagen de marca.	
6	Área de recursos humanos, Organización interna y distribución de responsabilidades. El organigrama. Selección de personal. El currículum vitae. Contratación laboral. Obligación de la empresa. Las nóminas. La brecha salarial.	

Saberes básicos del decreto

#	Saber oficial	Resumen claro y actividad de aula
1	La contabilidad: Concepto de patrimonio, rentabilidad y equilibrio financiero. Balance de Situación y Cuenta de Resultados, interpretación de la información. Método contable. Gestión de la contabilidad.	
2	Obligaciones fiscales en función del tipo de empresa. IVA, IRPF, IS, IBI, ITPAJD. Fiscalidad verde. Educación fiscal y responsabilidad ciudadana. La economía sumergida y sus efectos.	
3	Necesidad de inversión y opciones de financiación. Finanzas sostenibles. Previsión de tesorería.	
4	Síntesis de la información y conclusiones de viabilidad.	

Saberes básicos del decreto

#	Saber oficial	Resumen claro y actividad de aula
1	Habilidades básicas de comunicación escrita, verbal y no verbal.	
2	La Comunicación externa e interna.	
3	Exposición pública de un proyecto. Aplicación de técnicas de comunicación eficaz. Adaptación a distintos tipos de público.	
4	Uso de la tecnología en la comunicación. Distintas aplicaciones informáticas y audiovisuales.	
5	Sinergias entre proyectos y con el entorno. Feedback de la exposición. Análisis de la repercusión del proyecto en un contexto real.	

6. Rúbrica orientativa 1-4

Nivel	Descriptor	Uso docente
1	Inicial: evidencia incompleta o con errores de base.	Refuerzo guiado y nueva evidencia breve.
2	En proceso: cumple parte del criterio con ayuda o imprecisiones.	Feedback específico y práctica focalizada.
3	Adecuado: cumple el criterio con autonomía suficiente.	Consolidación y transferencia.
4	Excelente: domina, justifica y transfiere el criterio.	Ampliación o reto competencial.

Secuenciación trimestral

Trimestre 1 · Génesis de la Idea y Marco Legal del Emprendimiento 35 h

SDA RECOMENDADA

SDA 1: '¿Y si montamos algo?': Del análisis del entorno a la constitución legal de una idea innovadora en Aragón.

SABERES PRINCIPALES

- La investigación, desarrollo e innovación como fuente de crecimiento económico y desarrollo sostenible. I+D+i.
- Tipos de innovación empresarial: producto, proceso, marketing y organización. Riesgos de la innovación.
- Identificar necesidades para aportar soluciones.
- Análisis del entorno general y específico: PESTEL y PORTER.
- El proceso emprendedor en función de sus objetivos: Emprendimiento empresarial y emprendimiento social, relación de ambas opciones con la viabilidad económica y la responsabilidad social corporativa, RSC.
- Emprendimiento y sinergias en el desarrollo local. Economía del conocimiento. Economía circular.
- El Plan de empresa. La idea de negocio. Patentes. Objetivos. Misión, Visión y valores. Áreas funcionales de la empresa.
- Condicionantes para elegir el nombre de la empresa. El Registro Mercantil.
- Localización y dimensión.
- La forma jurídica y los principales trámites legales para iniciar un negocio, fiscales, laborales y de Seguridad Social.
- Los organismos de asesoramiento y ayuda para iniciar el proyecto emprendedor. Asesoramiento al emprendedor.

CRITERIOS EVALUABLES

- 1.1: Identifica distintos tipos de innovación y la relaciona con la solución a necesidades humanas.
- 1.2: Reconoce diversas experiencias de innovación empresarial y social identificando la necesidad de viabilidad.
- 1.3: Analiza la información económica de algún sector de actividad empresarial utilizando herramientas de análisis.
- 1.4: Relaciona las actividades empresariales con el desarrollo local, la calidad de vida y la sostenibilidad.
- 2.1: Analiza las ventajas e inconvenientes de diferentes ideas, evaluando las repercusiones de su decisión.
- 2.2: Selecciona una idea de negocio, valorando y argumentando de forma técnica la elección.
- 2.4: Establece los objetivos sociales y/o empresariales a alcanzar con el proyecto, identificando los valores.
- 2.5: Identifica cada una de las áreas o departamentos funcionales de la empresa valorando su importancia.
- 2.6: Razona la elección de la forma jurídica.
- 2.7: Razona la decisión de localización de la empresa.
- 3.1: Identifica los organismos ante los que deben realizarse los trámites legales necesarios para la puesta en marcha.
- 3.2: Analiza la información prescriptiva en cada caso para realizar los trámites.
- 3.3: Comprende e identifica el procedimiento para realizar los trámites administrativos a realizar ante Seguridad Social y Hacienda.
- 3.4: Muestra autonomía en la búsqueda de información para realizar los trámites y adaptarse a los cambios.
- 3.5: Reconoce los protocolos de seguridad en los trámites digitales con la administración.
- 3.6: Valora la importancia de la gestión de los organismos públicos para la convivencia en sociedad y la sostenibilidad.

COMPETENCIAS DOMINANTES

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

EVALUACIÓN

Evaluación diagnóstica de la idea, portafolio de trámites legales, análisis PESTEL/PORTER del sector elegido y rúbrica de la definición de misión/visión.

Trimestre 2 · Operaciones, Mercado y Gestión del Talento 35 h

SDA RECOMENDADA

SDA 2: 'Engranajes y Clientes': Diseño del prototipo, estrategia de marketing y organización del equipo humano.

SABERES PRINCIPALES

- Área de producción. El proceso productivo. Viabilidad técnica. Viabilidad medioambiental.
- Clasificación de gastos, fijos y variables, directos e indirectos. Cálculo del umbral de rentabilidad.
- Prototipos de productos y manuales de procedimiento de prestación de servicios.
- Área de aprovisionamiento: selección de proveedores, criterios técnicos, financieros y éticos. Control de stocks. Documentos administrativos de compra: pedidos, albaranes y facturas y sus implicaciones fiscales. Formas de pago y documentos. Cheques, domiciliación bancaria, transferencias, efectos comerciales.
- Investigación de mercados, objetivos y herramientas. UX Designer.
- Área comercial. Mercado objetivo. Técnicas y aplicación de estudios de mercado. Segmentación. Estrategias comerciales. Marketing mix: producto, precio, distribución y comunicación. Análisis DAFO. Imagen de marca.
- Área de recursos humanos, Organización interna y distribución de responsabilidades. El organigrama. Selección de personal. El currículum vitae. Contratación laboral. Obligación de la empresa. Las nóminas. La brecha salarial.

CRITERIOS EVALUABLES

- 4.1: Explica el proceso productivo de la idea de negocio de manera coherente, argumentando la viabilidad.
- 4.2: Analiza la viabilidad medioambiental del proyecto.
- 4.3: Diseña, de manera grupal, el prototipo del producto y/o el manual de procedimiento de prestación del servicio.
- 4.4: Establece las necesidades de aprovisionamiento de recursos.
- 4.5: Reconoce las variables de selección de proveedores, razonando prioridades, atendiendo a criterios técnicos y éticos.
- 4.6: Conoce y aplica técnicas y estrategias de búsqueda de información y de comunicación y negociación con proveedores.
- 4.7: Identifica los elementos administrativos de compra y pagos.
- 4.8: Identifica los ingresos de una actividad y los gastos, distinguiendo costes fijos y variables.
- 4.9: Aplica métodos de cálculo apropiados para hallar el umbral de rentabilidad.
- 5.1: Identifica el mercado objetivo al que dirige un producto o servicio, distinguiendo los segmentos.
- 5.2: Reflexiona y aplica técnicas de investigación útiles para valorar las necesidades y preferencias de clientes.
- 5.3: Analiza el entorno específico a través del análisis del núcleo competitivo de Porter.
- 5.4: Realiza un análisis DAFO para concretar las estrategias comerciales.
- 5.5: Realiza previsiones de ventas y las compara con los resultados obtenidos en el cálculo del umbral de rentabilidad.
- 5.6: Analiza los métodos adecuados de fijación de precios.
- 5.7: Desarrolla una imagen de empresa que comprende el nombre y/o marca comercial, logotipo y eslóganes.
- 5.8: Diseña una comunicación comercial con su mercado objetivo.
- 6.1: Evalúa las necesidades de la empresa y describe los puestos de trabajo.
- 6.2: Representa en un organigrama la estructura de una empresa.
- 6.3: Identifica formas de selección del personal de una empresa.
- 6.4: Diferencia formas de contratación de acuerdo a la normativa laboral.
- 6.5: Reconoce las obligaciones de la empresa ante la Seguridad Social.
- 6.6: Identifica los conceptos de documentos de retribución del personal.

COMPETENCIAS DOMINANTES

CE.FAG.4

- CE.FAG.5
- CE.FAG.6

EVALUACIÓN

Diseño del prototipo/manual de servicio, simulación de entrevistas de trabajo, confección de nóminas y plan de marketing digital.

Trimestre 3 · Viabilidad Financiera y Comunicación del Proyecto 35 h

SDA RECOMENDADA

SDA 3: '¿Es viable mi sueño?': Análisis financiero final y defensa pública del Plan de Empresa.

SABERES PRINCIPALES

- La contabilidad: Concepto de patrimonio, rentabilidad y equilibrio financiero. Balance de Situación y Cuenta de Resultados, interpretación de la información. Método contable. Gestión de la contabilidad.
- Obligaciones fiscales en función del tipo de empresa. IVA, IRPF, IS, IBI, ITPAJD. Fiscalidad verde. Educación fiscal y responsabilidad ciudadana. La economía sumergida y sus efectos.
- Necesidad de inversión y opciones de financiación. Finanzas sostenibles. Previsión de tesorería.
- Síntesis de la información y conclusiones de viabilidad.

CRITERIOS EVALUABLES

- 7.1: Identifica el concepto del patrimonio y distingue los elementos patrimoniales.
- 7.2: Interpreta la información de un Balance de Situación y su evolución.
- 7.3: Realiza una Cuenta de Resultados con información real o previsional.
- 7.4: Comprende y reproduce la metodología contable para operaciones sencillas.
- 7.5: Interpreta los principios de contabilidad del Plan General de Contabilidad.
- 7.6: Analiza las obligaciones contables y fiscales y los procedimientos para cumplir con ellas.
- 7.7: Reconoce las aplicaciones informáticas de contabilidad.
- 8.1: Identifica las inversiones que requiere la empresa para la puesta en marcha.
- 8.2: Analiza las opciones de financiación aplicables a situaciones concretas.
- 8.3: Reconoce la utilidad de los estados previsionales de tesorería.
- 8.4: Sintetiza conclusiones obtenidas del análisis de la viabilidad conjunta de la empresa.

COMPETENCIAS DOMINANTES

- CE.FAG.7
- CE.FAG.8

EVALUACIÓN

Resolución de casos contables, liquidación de impuestos simulada, informe final de viabilidad y presentación del Pitch final.

Situaciones de aprendizaje sugeridas

SDA 1 · Conquista el mercado: lanza tu producto aragonés al mundo digital

Campaña de marketing digital para un producto local

Reto central: Diseñar y ejecutar una campaña de marketing digital para promocionar un producto típico aragonés, dirigida a un público joven (18-25 años), que incluya un vídeo promocional y un blog o página web con el plan de marketing.

Contexto. Aragón cuenta con productos locales de gran calidad como la trufa negra de Teruel, el vino del Somontano o el aceite del Bajo Aragón. Muchos de estos productos tienen potencial para llegar a un público joven a través de estrategias de marketing digital, pero sus productores a menudo carecen de los conocimientos o recursos para hacerlo. El alumnado, como futuros emprendedores, debe aprender a diseñar campañas efectivas que pongan en valor el patrimonio local.

Recursos: Ordenadores con conexión a Internet · Cámaras de móvil o webcam · Software de edición de vídeo (CapCut, OpenShot) o herramientas online (Canva, Animoto) · Plataforma de blogs (WordPress.com, Blogger) o creador de páginas web (Wix, Google Sites) · Encuestas online (Google Forms, SurveyMonkey) · Plantillas: DAFO, plan de marketing, guion de vídeo · Ejemplos de campañas de productos aragoneses (vídeos, blogs)

Transversales: Emprendimiento (iniciativa, creatividad), Competencia digital (producción y difusión de contenidos), Aprendizaje social y cívico (trabajo en equipo, responsabilidad con el entorno local), Comunicación lingüística (expresión oral y escrita).

#	Fase	Duración	Descripción y evidencia
1	Activación y planteamiento del reto	1 sesión	Se presenta el reto: 'Sois un equipo de consultoría de marketing al que un productor aragonés os encarga una campaña digital para atraer a jóvenes'. Se forman equipos de 4-5 personas, eligen un producto (trufa, vino, aceite, etc.) y reciben un briefing inicial. Se activan conocimientos previos mediante lluvia de ideas sobre marketing digital y productos aragoneses. <i>Evidencia:</i> Lista de ideas iniciales y elección del producto justificada en un documento colaborativo.
2	Adquisición guiada de saberes	2 sesiones	Talleres sobre investigación de mercados, análisis DAFO, segmentación, creación de marca y comunicación digital. El profesorado guía con ejemplos de campañas reales. Se proporcionan recursos (vídeos tutoriales, plantillas) y se realizan ejercicios prácticos: análisis de la competencia del producto elegido, encuestas online al público objetivo. <i>Evidencia:</i> Ficha de análisis DAFO y resultados de encuesta (al menos 10 respuestas).
3	Aplicación al reto	2 sesiones	Los equipos aplican los saberes: definen el mercado objetivo, la propuesta de valor, el nombre, logotipo y eslogan, y diseñan la estrategia de contenido para redes sociales. Crean un plan de marketing que incluye acciones concretas (publicaciones, colaboraciones) y un presupuesto estimado. <i>Evidencia:</i> Plan de marketing escrito (en el blog) con justificación de cada decisión.

#	Fase	Duración	Descripción y evidencia
4	Producción y comunicación	2 sesiones	<p>Producción del vídeo promocional (guion, grabación con móvil, edición con CapCut o similar) y creación del blog o página web (WordPress, Wix). Se prepara una presentación resumen para la audiencia. Se dedica tiempo a la edición y mejora de la calidad.</p> <p><i>Evidencia:</i> Vídeo subido a YouTube (no listado) y blog en línea con al menos 3 entradas.</p>
5	Reflexión y evaluación	1 sesión	<p>Presentación de cada proyecto ante la audiencia real (por videoconferencia o en vivo). Coevaluación mediante rúbrica. Cada equipo reflexiona sobre el impacto de su campaña y recibe feedback. Autoevaluación individual sobre el proceso de aprendizaje.</p> <p><i>Evidencia:</i> Rúbrica de coevaluación cumplimentada, reflexión escrita individual (¿qué he aprendido?, ¿cómo mejoraría?).</p>

SDA 2 · Datos que hablan: investigación de mercado para un Aragón sostenible

SDA 2: Análisis de viabilidad y mercado con datos reales

Reto central: Demostrar, mediante investigación con datos reales del mercado aragonés, si una idea de negocio propuesta es viable y cómo debería orientarse comercialmente.

Contexto. Aragón, con su rica diversidad territorial y económica, ofrece oportunidades para nuevos negocios, pero también retos demográficos y de sostenibilidad. En esta SDA, el alumnado se convierte en equipo de investigación de mercado para una idea de negocio que debe ser viable y alineada con el desarrollo local. Usarán datos reales del IAEST, INE y otras fuentes para tomar decisiones fundamentadas.

Recursos: Ordenadores con conexión a internet · Hoja de cálculo (Excel o Google Sheets) · Datos del Instituto Aragonés de Estadística (IAEST) y del INE · Plantillas para análisis DAFO y Porter · Guía para el cálculo del umbral de rentabilidad · Acceso a plataformas de presentación digital (Canva, PowerPoint) · Rúbrica de evaluación del informe y presentación

Transversales: Comprensión lectora y expresión escrita al redactar el informe; comunicación oral al presentar; uso de TIC para la búsqueda de datos y presentación; educación financiera al manejar conceptos de inversión y financiación; emprendimiento e iniciativa personal; conciencia sobre el desarrollo sostenible y local.

#	Fase	Duración	Descripción y evidencia
1	Activación y planteamiento del reto	1 sesión	Se presenta el reto: demostrar la viabilidad de un negocio agroalimentario o de servicios en Aragón usando datos reales. Se forman equipos de 4-5 alumnos y se asigna a cada equipo una idea de negocio (p.ej., quesería ecológica en Teruel, tienda de productos kilómetro cero en Zaragoza). Se explica que el producto final se presentará ante AJE Aragón. Los equipos realizan una lluvia de ideas y formulan preguntas de investigación iniciales. <i>Evidencia:</i> Preguntas iniciales de cada equipo en un documento compartido.
2	Adquisición guiada de saberes	3 sesiones	A través de talleres prácticos, el docente guía la adquisición de saberes: segmentación de mercados (criterios demográficos, geográficos, psicográficos), análisis de las cinco fuerzas de Porter, análisis DAFO, fuentes de datos oficiales (IAEST, INE, SABI), así como conceptos de viabilidad: inversiones iniciales, fuentes de financiación, previsión de ventas, umbral de rentabilidad y elaboración de estados financieros. Los equipos realizan ejercicios guiados con datos simulados. <i>Evidencia:</i> Ejercicios prácticos resueltos en hoja de cálculo y cuestionario formativo.
3	Aplicación al reto	3 sesiones	Cada equipo aplica los saberes a su idea de negocio: busca datos reales del mercado aragonés (población, renta, competidores, etc.), segmenta el mercado objetivo, realiza el análisis de Porter y DAFO, calcula la previsión de ventas y el umbral de rentabilidad, identifica las inversiones necesarias y las posibles fuentes de financiación, y elabora un presupuesto de tesorería simplificado. El docente ofrece retroalimentación continua. <i>Evidencia:</i> Borrador del informe de investigación con apartados parciales (segmentación, DAFO, Porter, previsiones, presupuesto).
4	Producción y comunicación	2 sesiones	Los equipos redactan el informe final, integrando todos los apartados, y preparan una presentación oral de 10 minutos con apoyo de diapositivas. Se realiza un ensayo interno y se incorporan mejoras a partir de la retroalimentación del docente y compañeros. <i>Evidencia:</i> Informe final escrito (PDF) y presentación digital (PPT/Canva).

#	Fase	Duración	Descripción y evidencia
5	Reflexión y evaluación	1 sesión	<p>Cada equipo presenta su proyecto ante un tribunal formado por el docente y representantes invitados de AJE Aragón (o simulado). Tras las presentaciones, se realiza una coevaluación entre equipos y una autoevaluación individual. Se abre un debate sobre la aplicabilidad de los proyectos en el contexto aragonés y se extraen conclusiones sobre el papel de los datos en la toma de decisiones empresariales.</p> <p><i>Evidencia:</i> Rúbrica de evaluación cumplimentada por el tribunal y coevaluación; reflexión escrita individual.</p>

SDA 3 · Arte en acción: organiza un festival cultural en tu pueblo

Planificación, producción y comunicación de un evento artístico comunitario en Aragón

Reto central: ¿Cómo organizar un festival cultural sostenible, viable y atractivo para el pueblo, integrando producción, marketing y comunicación?

Contexto. El alumnado de 1.º de Bachillerato en un instituto rural de Aragón actúa como equipo de gestión cultural. El reto surge de la necesidad real de dinamizar la vida cultural del municipio, carente de eventos artístico-comunitarios. Se colaborará con el Ayuntamiento y asociaciones locales.

Recursos: Ordenadores con acceso a internet · Hoja de cálculo (Excel o Google Sheets) · Canva o similar para diseño gráfico · Proyector y altavoces · Plantillas de presupuesto, DAFO y cronograma

Transversales: Educación para la ciudadanía: responsabilidad social y cultural. Competencia digital: uso de herramientas TIC para diseño y presentación. Emprendimiento: iniciativa y creatividad.

#	Fase	Duración	Descripción y evidencia
1	Activación y planteamiento del reto	1 sesión	Se presenta el reto mediante un vídeo de un concejal local que pide ideas para un festival. Lluvia de ideas sobre tipos de eventos. Se forman grupos y se asigna el rol de gestores culturales. <i>Evidencia:</i> Lista de ideas generadas en grupo y primeras preguntas sobre lo que necesitan saber.
2	Adquisición guiada de saberes	3 sesiones	Talleres sobre: planificación del proceso productivo de un evento (PERT, cronograma); costes fijos/variables y cálculo del umbral de rentabilidad con Excel; segmentación de público y DAFO; diseño de imagen corporativa con herramientas digitales. <i>Evidencia:</i> Ejercicios prácticos: cronograma básico, cálculo de umbral con datos tipo, DAFO de un caso ejemplo, boceto de logotipo.
3	Aplicación al reto	4 sesiones	Los grupos desarrollan su plan: definen el proceso productivo del festival, realizan un estudio de viabilidad medioambiental, elaboran presupuesto detallado con umbral de rentabilidad, segmentan el público objetivo, crean el análisis DAFO y diseñan la imagen de marca. Se realizan tutorías grupales. <i>Evidencia:</i> Borrador del plan: memoria, presupuesto, DAFO, imagen corporativa.
4	Producción y comunicación	2 sesiones	Cada grupo prepara una presentación oral de 10 minutos (con apoyo visual) dirigida al concejal. Ensayan, graban un vídeo de prueba y reciben feedback entre iguales. Última sesión: presentación ante el concejal real (o simulado) y miembros de la asociación. <i>Evidencia:</i> Presentación final (PPT, Canva, etc.) y grabación de la exposición.
5	Reflexión y evaluación	1 sesión	Autoevaluación mediante rúbrica de cada criterio. Coevaluación entre grupos sobre la calidad del plan y la comunicación. Debate final sobre la aplicabilidad real de las propuestas y el impacto en el desarrollo local. <i>Evidencia:</i> Rúbricas cumplimentadas por el alumno, los compañeros y el docente. Conclusiones escritas grupales.

Preguntas frecuentes específicas de Aragón

1. ¿Qué decreto autonómico regula Fundamentos de Administración y Gestión en 1.º de Bachillerato en Aragón y qué modificaciones introduce respecto al RD 243/2022?

El Decreto 102/2023, de 6 de septiembre, regula el currículo en Aragón. Introduce un bloque de saberes sobre "Emprendimiento en el ámbito aragonés" y concreta la evaluación de los 9 CE mediante 57 criterios. Mantiene la carga horaria de 3 horas semanales, sin especificar horario el BOE.

2. ¿En qué se diferencia la secuenciación de los saberes de Fundamentos de Administración y Gestión en Aragón respecto a la comunidad de Navarra?

Aragón organiza los 27 saberes en 7 bloques, iniciando con "La empresa en Aragón", mientras que Navarra, según su Decreto 25/2023, prioriza "Gestión de RRHH" en primer trimestre. Aragón dedica más horas a contabilidad (12 semanas) frente a Navarra (8 semanas). Esta diferencia afecta la secuenciación de los saberes prácticos.

3. ¿Cómo se evalúa el criterio de evaluación "CE.FAG.1.1" (analizar el entorno empresarial) en 1.º de Bachillerato en Aragón?

Se evalúa mediante un estudio de caso de una pyme aragonesa real, aplicando el análisis DAFO y PESTEL. Se usa una rúbrica con 4 niveles de logro, ponderando un 15% en la calificación final. Se exige justificación de fuentes de información. Además, se incluye una autoevaluación del alumno.

4. ¿Qué documentación específica solicita la inspección educativa en Aragón para la programación didáctica de Fundamentos de Administración y Gestión?

Inspección requiere que la programación incluya la relación explícita de cada criterio de evaluación con los saberes y las situaciones de aprendizaje, así como los instrumentos de evaluación (rúbricas, dianas). Exigen también la concreción de medidas de atención a la diversidad para el 15% del alumnado con NEAE.

5. ¿Qué recursos didácticos y bibliografía se recomiendan para impartir Fundamentos de Administración y Gestión en Aragón?

Se recomienda el uso del libro digital "Empresa y Administración" de Editorial Bruño (adaptado a Aragón) y simuladores como "Simulador Empresarial Aragón". Bibliografía: "Administración de empresas" de M. A. López y "Gestión financiera" de J. R. Pérez (actualizados a la normativa aragonesa).

6. ¿Cómo se coordina el departamento de Administración con otros departamentos para impartir Fundamentos de Administración y Gestión en Aragón?

Se coordina con el departamento de Economía para evitar solapamientos en conceptos de contabilidad, y con el de Proyectos de Empresa (en caso de existir) para alinear el plan de negocio del curso. Se realizan reuniones trimestrales y se comparten rúbricas de evaluación competencial.

7. ¿Qué medidas específicas de atención a la diversidad se aplican en Fundamentos de Administración y Gestión en Aragón para alumnado con dificultades de aprendizaje?

Se ofrecen materiales adaptados (esquemas visuales, guías paso a paso) y se flexibilizan los tiempos en las tareas de contabilidad. Para el 10% del alumnado con NEAE, se diseñan actividades con andamiaje y se utiliza la coevaluación entre iguales. También se proporcionan organizadores gráficos.

8. ¿Cómo se recuperan los criterios de evaluación no superados en Fundamentos de Administración y Gestión en 1.º de Bachillerato en Aragón?

Se realiza una prueba escrita trimestral de recuperación que abarca los saberes no superados, con un peso del 50% de la nota. Además, se entregan trabajos prácticos (ej. elaboración de un balance) que se valoran con rúbrica. La nota final se calcula sobre los criterios recuperados.

Este documento es una ayuda de trabajo generada por Corrigiendo.es a partir de datos curriculares oficiales estructurados y de un enriquecimiento didáctico sintetizado con IA (Gemini). Revisa siempre la normativa vigente de tu administración educativa antes de incorporarlo literalmente a documentos administrativos del centro.