

PRUEBA DIAGNÓSTICA DE INICIO DE CURSO

Evaluación inicial

Empresa y Diseño de Modelos de Negocio · 2.º de Bachillerato

Diagnóstico del pensamiento empresarial y de las bases cuantitativas del curso.

Material listo para imprimir, corregir y registrar.

CURSO

2026 / 2027

DURACIÓN

60 min

PUNTUACIÓN

10 puntos

ACTIVIDADES

10 · 5 bloques



Recursos ESO

Materiales para el aula de Secundaria

recursoseso.com

Evaluación inicial · Colección Economía

CONTENIDO DEL RECURSO

Guía docente

Finalidad, aplicación y advertencias de uso.

Prueba del alumnado

10 actividades en 5 bloques + autoevaluación.

Solucionario

Respuestas y criterios de corrección desglosados.

Registro e informe

Ficha individual, registro de grupo y vinculación curricular.

**FINALIDAD**

Comprobar si el alumnado dispone del pensamiento empresarial y de las bases cuantitativas necesarias para analizar, diseñar y validar modelos de negocio a lo largo del curso.

DURACIÓN

55-60 minutos. Se permite calculadora: tres actividades exigen cálculo de ingresos, costes y cocientes.

MATERIAL

Bolígrafo, lápiz y **calculadora**. No se necesita haber cursado Economía en 1.º.

01. Qué evalúa esta prueba

Empresa y entorno, innovación y responsabilidad, grupos de interés, áreas funcionales, cliente y propuesta de valor, costes e ingresos, productividad, financiación, comunicación empresarial y análisis integrado. Todas las actividades giran en torno a **una misma empresa**, para que el diagnóstico refleje la capacidad de analizar un caso real y no de responder preguntas sueltas.

1 · Empresa y entorno		2,5 puntos
2 · Organización y cliente		2 puntos
3 · Análisis cuantitativo		3 puntos
4 · Comunicación empresarial		0,75 puntos
5 · Caso empresarial integrador		1,75 puntos

02. Cómo está construida

CRITERIO DE DISEÑO	PLANTEAMIENTO
Enfoque	Diagnóstico exigente pero accesible. El Real Decreto 243/2022 no establece continuidad formal entre Economía de 1.º y esta materia, así que la prueba no la presupone. Tampoco exige los saberes que se aprenderán aquí: no se pide CANVAS, DAFO, umbral de rentabilidad, balance ni plan de negocio.
Tipo de tarea	Se combinan respuesta cerrada, aplicación de procedimientos y tareas competenciales con explicación razonada, evitando la prueba enteramente tipo test.
Formato	10 actividades con varios apartados y 10 puntos exactos, con puntuación parcial por apartado.
Autoevaluación	Al final de la prueba y sin puntuación: recoge la percepción del alumnado sobre su desempeño sin convertirla en calificación.

03. Corrección y registro

- El **solucionario** (págs. 10-14) incluye la respuesta correcta y los criterios de puntuación por apartado, para homogeneizar la corrección entre docentes.
- La **ficha individual** (pág. 15) convierte la puntuación de cada bloque en un nivel diagnóstico por áreas.
- El **registro de grupo** (pág. 16) permite detectar necesidades comunes y fijar prioridades de repaso antes de la sesión de evaluación inicial.
- La **vinculación curricular** (pág. 17) relaciona cada actividad con competencias específicas, criterios de evaluación y saberes básicos.

Consolidado

80-100 %

Adecuado

60-79 %

En proceso

40-59 %

Necesita refuerzo

0-39 %

Advertencia de uso

Esta evaluación tiene carácter diagnóstico y orientativo. No pretende reproducir una prueba final del curso anterior ni determinar por sí sola una calificación académica. Conviene comunicar al alumnado que el resultado no cuenta como nota y explicarle para qué sirve.

NOMBRE Y APELLIDOS

GRUPO

FECHA

PUNTUACIÓN

___ / 10

Antes de empezar

¿Has cursado antes alguna materia de Economía o Empresa? No puntúa: sirve para interpretar tu resultado.

☐ Economía en 1.º de Bachillerato

☐ Economía y Emprendimiento en 4.º

☐ Ambas

☐ Ninguna
Antes de empezar

Lee cada enunciado con atención y contesta en el espacio previsto. Escribe siempre el procedimiento, no solo el resultado: los pasos también puntúan. Si un ejercicio se te resiste, pasa al siguiente y vuelve al final. **Esta prueba no cuenta como nota:** sirve para saber desde dónde partimos.

1

Empresa y entorno

ACTIVIDAD, INNOVACIÓN Y GRUPOS DE INTERÉS

2,5 puntos

1 La empresa y su entorno.

1 p

La Bicielería

Álvaro y Nuria abrieron hace tres años un taller de reparación de bicicletas en un barrio con mucho tráfico y pocos aparcamientos. Reparar, venden bicicletas de segunda mano restauradas y alquilan por días. Tienen un local alquilado, dos mesas de trabajo, herramienta y una furgoneta pequeña. Trabajan ellos dos y contratan a una persona en primavera y verano. El ayuntamiento acaba de anunciar un nuevo carril bici que pasará por la puerta, y a dos calles va a abrir una franquicia de bicicletas eléctricas.

- a) ¿Qué **necesidad** satisface esta empresa? ¿Quiénes son sus clientes? (0,25 p)
- b) Clasifica sus recursos en **humanos, materiales y financieros**. (0,25 p)
- c) El carril bici y la franquicia son cambios del entorno. ¿Cómo puede afectarle cada uno? (0,3 p)
- d) ¿Qué tiene La Bicielería que la franquicia no puede copiar fácilmente? (0,2 p)

2 Innovación y responsabilidad.

0,75 p

Los socios estudian dos formas de vender bicicletas.

	DECISIÓN A	DECISIÓN B
En qué consiste	Comprar bicicletas nuevas a un proveedor asiático y venderlas sin más servicio	Recoger bicicletas viejas del barrio, restaurarlas y venderlas con un año de garantía
Margen por unidad	45 €	70 €
Unidades al mes	40	18
Otros efectos	Transporte desde Asia; sin empleo adicional	Menos residuos; exige contratar a una persona para restaurar

- a) Calcula el margen mensual de cada decisión. ¿Cuál da más? (0,3 p)
- b) ¿Cuál encaja mejor con la **responsabilidad social** de la empresa? Justifícalo. (0,25 p)
- c) Si tuvieras que elegir, ¿cuál escogerías? Ten en cuenta los dos criterios. (0,2 p)

3 Grupos de interés.

0,75 p

Abrir los domingos

La Bicicletería estudia abrir también los domingos por la mañana, que es cuando más gente sale a rodar. Habría que contratar a alguien para ese turno o repartírselo entre los socios.

- a) ¿A quién **beneficia** abrir los domingos? Cita dos grupos y explica por qué. (0,3 p)
- b) ¿A quién puede **perjudicar**? (0,25 p)
- c) ¿Qué harías tú y cómo lo justificarías ante quien salga perjudicado? (0,2 p)

4 Áreas funcionales.

1 p

a) Indica de qué área funcional se ocupa cada situación: **producción, marketing, recursos humanos, financiación o administración.** (0,6 p)

SITUACIÓN	ÁREA FUNCIONAL
Deciden qué precio poner a las bicicletas restauradas	
Organizan los turnos y contratan a la persona de temporada	
Negocian con el banco un préstamo para comprar una máquina	
Reorganizan el taller para reparar dos bicis a la vez	
Archivan facturas y presentan los impuestos trimestrales	

b) En una empresa de dos socios, ¿quién se ocupa de todas estas áreas? ¿Qué problema plantea eso? (0,25 p)

c) ¿Qué área crees que descuidan más las empresas pequeñas? Razónalo. (0,15 p)

5 Cliente y propuesta de valor.

1 p

La empresa ofrece dos servicios distintos.

	SERVICIO 1 • «AL DÍA SIGUIENTE»	SERVICIO 2 • «RUTA CUIDADA»
Qué ofrece	Reparación urgente: dejas la bici y la recoges en 24 horas	Revisión completa mensual, recogida y entrega a domicilio
Precio	Desde 18 €, por reparación	29 € al mes, cuota fija
Quién lo usa	Quien usa la bici para ir a trabajar o a clase	Quien sale los fines de semana con bici de gama alta

a) Describe el **segmento de clientes** de cada servicio. (0,25 p)

b) ¿Qué necesidad resuelve cada uno? No repitas lo que ya dice la tabla. (0,3 p)

c) ¿Qué diferencia a cada servicio de lo que ofrece cualquier taller? (0,25 p)

d) ¿Por qué canal darías a conocer cada servicio? (0,2 p)

6 Costes, ingresos y beneficio.

1,25 p

Completa la tabla con el beneficio mensual del servicio de alquiler en los dos escenarios. Escribe las operaciones.

DATOS DEL SERVICIO DE ALQUILER	ESCENARIO ACTUAL	ESCENARIO CON CARRIL BICI
Precio por día de alquiler	12,00 €	12,00 €
Alquileres al mes	140	210
Costes fijos mensuales	900,00 €	900,00 €
Coste variable por alquiler	3,50 €	3,50 €
Beneficio mensual		

- a) Calcula ingresos, costes totales y beneficio en cada escenario. (0,6 p)
- b) ¿Cuánto aumenta el beneficio con el carril bici, en euros y en porcentaje? (0,3 p)
- c) Los alquileres suben un 50 % pero el beneficio sube mucho más. ¿Por qué ocurre eso? (0,35 p)

7 Productividad y eficiencia.

1 p

Completa la última columna y responde.

TALLER	REPARACIONES AL MES	HORAS TRABAJADAS	REPARACIONES POR HORA
La Bicicletería	264	330	
Taller del centro	378	540	
Franquicia nueva	450	500	

- a) Calcula las reparaciones por hora de cada taller. (0,4 p)
- b) ¿Cuál es más **productivo**? ¿Es el que más repara? (0,25 p)
- c) Cita **dos** formas de aumentar la productividad de La Bicicletería. (0,2 p)
- d) ¿Ser más productivo significa siempre ofrecer mejor servicio? (0,15 p)

8 Inversión y financiación.

0,75 p

La empresa necesita **20.000 €** para ampliar el local. Tiene tres opciones: **A** usar sus ahorros y los de los socios; **B** pedir un préstamo bancario a cinco años con intereses; **C** aceptar a un inversor que aporta el dinero a cambio del 30 % de la empresa.

a) Indica una **ventaja** y un **riesgo** de cada opción. (0,45 p)

b) ¿Cuál elegirías para esta empresa concreta? Justifícalo con datos del caso. (0,3 p)

4

Comunicación empresarial

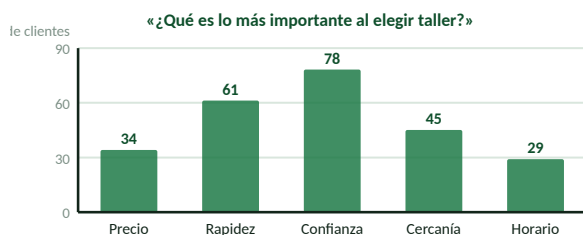
DATOS Y RECOMENDACIÓN

0,75 puntos

9 Información y comunicación empresarial.

0,75 p

La empresa encuesta a 200 clientes. Estos son los resultados.



a) ¿Qué valoran más los clientes? ¿Y qué valoran menos? (0,2 p)

b) A la vista de los datos, ¿en qué debería centrar la empresa su comunicación? (0,3 p)

c) Escribe en **una frase** el mensaje publicitario que usarías. (0,25 p)

1,75 p

Antes de entregar: ¿cómo te has sentido?

Esta parte **no** puntúa. Nos ayuda a saber cómo has vivido la prueba. Marca la casilla que mejor te represente.



Muy seguro/a

☐

Bastante seguro/a

☐

Algunas dificultades

☐

Muchas dificultades

☐

¿Qué parte te ha resultado más fácil?

¿Qué parte te ha resultado más difícil?

¿Hay algún tipo de ejercicio que no recuerdes haber trabajado antes?

Criterio general. Se valora el procedimiento aunque el resultado final sea incorrecto: si el planteamiento es adecuado y el error es de cálculo, se otorga hasta el 50 % de la puntuación del apartado. Los errores de unidades restan 0,05 por apartado, sin bajar de 0.

1

Empresa y entorno

SOLUCIONES

2,5 puntos

1 La empresa y su entorno

1 p

- a) Satisface la necesidad de **desplazarse** de forma barata y ágil por un barrio con tráfico y sin aparcamiento, y la de **mantener** la bicicleta en uso. Clientes: quienes usan la bici a diario para ir al trabajo o a clase, quienes quieren una bici asequible sin comprarla nueva y quienes la necesitan puntualmente y la alquilan.
- b) **Humanos:** los dos socios y la persona de temporada. **Materiales:** el local alquilado, las mesas de trabajo, la herramienta, la furgoneta y las bicicletas en stock. **Financieros:** el dinero necesario para el alquiler, las nóminas y la compra de existencias.
- c) El **carril bici** es una oportunidad: traerá más ciclistas por la puerta, más reparaciones y más alquileres. La **franquicia** es una amenaza: competencia con más recursos, más surtido y probablemente mejor precio, aunque también puede atraer al barrio a más público ciclista del que la Bicicletería se beneficie.
- d) El **conocimiento del barrio y la relación con sus clientes**, construidos en tres años; la capacidad de restaurar bicicletas, que es un oficio; y la confianza y el trato personal. Una franquicia puede igualar el precio y el surtido, pero no la relación.

Puntuación: a) 0,25 · b) 0,25 · c) 0,3 (0,15 por cambio) · d) 0,2.

El apartado d) es el que anticipa el concepto de **ventaja competitiva**, que se trabajará en la materia. Se acepta cualquier respuesta que señale algo difícil de replicar, no un simple «son más simpáticos».

2 Innovación y responsabilidad

0,75 p

- a) **A:** $45 \times 40 = 1.800 \text{ €}$ al mes. **B:** $70 \times 18 = 1.260 \text{ €}$ al mes. Da más margen la **A**, con 540 € de diferencia.
- b) La **B**: alarga la vida útil de bicicletas que iban a desecharse, reduce residuos, evita el transporte intercontinental y crea empleo local. Es un ejemplo de **economía circular** aplicada a un negocio pequeño.
- c) Cualquier elección justificada que reconozca la tensión: la más rentable a corto plazo es la menos sostenible. Se valoran especialmente las respuestas que planteen combinar ambas o que señalen que la B puede convertirse en el elemento diferenciador frente a la franquicia.

Puntuación: a) 0,3 · b) 0,25 · c) 0,2.

En c) elegir la A por rentabilidad es válido si menciona lo que se sacrifica; elegir la B «porque es más ecológica» sin reconocer que gana 540 € menos, no.

- a) Beneficia a los **clientes**, que podrán reparar cuando de verdad usan la bici; a la **empresa**, que ingresa más y gana visibilidad frente a la franquicia; y a la **persona contratada**, si el turno crea empleo.
- b) A los **socios**, que pierden su descanso si se reparten el turno; a la persona empleada, si le toca trabajar en domingo con la misma retribución; y a los **comercios competidores** del barrio.
- c) Cualquier decisión razonada. Se valora que la justificación se dirija realmente al perjudicado: compensar el domingo con un día libre entre semana, pagar el turno como extraordinario, rotar entre los socios o abrir solo en temporada alta.

Puntuación: a) 0,3 · b) 0,25 · c) 0,2.

Se evalúa que comprenda que una decisión empresarial afecta a **grupos con intereses distintos** y que ninguna contenta a todos.

2

Organización y cliente

SOLUCIONES

2 puntos

4 Áreas funcionales

1 p

- a) Precio de las bicis → **marketing** (se acepta también financiación si lo justifica) · Turnos y contratación → **recursos humanos** · Préstamo con el banco → **financiación** · Reorganizar el taller → **producción** · Facturas e impuestos → **administración**.
- b) Los propios socios. El problema es que asumen todas las funciones a la vez, sin ser especialistas en ninguna, y las tareas menos urgentes —marketing, análisis de cuentas— acaban desplazadas por el trabajo del día a día.
- c) Habitualmente el **marketing** y el análisis financiero: no son urgentes, no tienen un plazo que obligue y su ausencia no se nota de inmediato, aunque condicionen el futuro. Se acepta otra área bien argumentada.

Puntuación: a) 0,6 (0,12 por situación) · b) 0,25 · c) 0,15.

5 Cliente y propuesta de valor

1 p

- a) **Servicio 1:** personas que dependen de la bici a diario para desplazarse, con poco margen para quedarse sin ella; usan la bici como medio de transporte. **Servicio 2:** aficionados con bicicletas caras que las usan por ocio y deporte, con mayor capacidad de gasto y menos tiempo o interés para ocuparse del mantenimiento.
- b) El 1 resuelve la **urgencia**: no quedarse sin transporte. Lo que se compra es tiempo y tranquilidad. El 2 resuelve la **despreocupación**: mantener en buen estado una inversión importante sin tener que acordarse ni desplazarse.
- c) El 1 se diferencia por el **plazo garantizado** de 24 horas; el 2, por la **recogida a domicilio** y por la cuota fija, que convierte un gasto imprevisible en uno controlado y crea una relación estable con el cliente.
- d) Para el 1: cartelería en el propio barrio, en el carril bici y en portales; redes locales. Para el 2: clubes ciclistas, tiendas de gama alta, grupos de rutas y redes especializadas. Se valora que el canal encaje con el segmento.

Puntuación: a) 0,25 · b) 0,3 · c) 0,25 · d) 0,2.

El apartado b) exige ir más allá de lo literal: quien repite «repara rápido» sin identificar la necesidad de fondo puntúa 0,1.

Nota al docente. Esta actividad anticipa directamente los conceptos de segmento, propuesta de valor y canal que se formalizarán con el modelo CANVAS. Quien responde bien aquí ya tiene la intuición: solo le faltará el marco.

6 Costes, ingresos y beneficio

1,25 p

a) **Escenario actual:** ingresos $12 \times 140 = 1.680$ €; costes $900 + (3,50 \times 140) = 900 + 490 = 1.390$ €; beneficio = **290 €**.

Con carril bici: ingresos $12 \times 210 = 2.520$ €; costes $900 + (3,50 \times 210) = 900 + 735 = 1.635$ €; beneficio = **885 €**.

b) Aumenta en **595 €**. En porcentaje: $595 \div 290 = 2,05 \rightarrow +205 \%$: el beneficio se triplica.

c) Porque los **costes fijos no cambian**: los 900 € son los mismos con 140 alquileres que con 210. Cada alquiler adicional solo añade 3,50 € de coste variable frente a 12 € de ingreso, así que aporta 8,50 € limpios al beneficio. Al repartirse los costes fijos entre más unidades, el beneficio crece mucho más deprisa que las ventas.

Desglose (1,25 p): a) 0,6 (0,3 por escenario, con operaciones) · b) 0,3 · c) 0,35.

El apartado c) es el más valioso: describe el **apalancamiento operativo** sin nombrarlo. No se exige el término, pero sí que identifique que los costes fijos son la causa. Quien responde «porque vende más» puntúa 0,1.

7 Productividad y eficiencia

1 p

a) La Bicicletería: $264 \div 330 = 0,8$ reparaciones por hora. Taller del centro: $378 \div 540 = 0,7$. Franquicia: $450 \div 500 = 0,9$.

b) La más productiva es la **franquicia**, con 0,9. Y sí, además es la que más repara en total, pero eso es casualidad: el taller del centro hace más reparaciones que La Bicicletería (378 frente a 264) y sin embargo es **menos** productivo, porque necesita muchas más horas.

c) Formas válidas: mejor herramienta o maquinaria; organizar el taller para evitar desplazamientos y esperas; formación del personal; especializarse en las reparaciones más frecuentes; tener recambios en stock para no interrumpir el trabajo; sistema de citas que evite tiempos muertos.

d) No. Se puede ganar productividad recortando tiempo de atención, revisando menos o usando peores materiales. La productividad mide cantidad por unidad de recurso, no **calidad**: para eso hacen falta otros indicadores.

Puntuación: a) 0,4 · b) 0,25 · c) 0,2 · d) 0,15.

El apartado b) contiene la trampa deliberada: confundir volumen con productividad es el error más frecuente, y el taller del centro está puesto exactamente para detectarlo.

8 Inversión y financiación

0,75 p

a) **A · ahorros.** Ventaja: no hay que devolver nada, no se pagan intereses ni se cede control. Riesgo: se compromete el patrimonio personal de los socios y se quedan sin colchón ante cualquier imprevisto.

B · préstamo. Ventaja: se mantiene la propiedad completa y se conserva el ahorro. Riesgo: hay que pagar las cuotas y los intereses vaya bien o mal el negocio; suele exigir garantías.

C · inversor. Ventaja: entra dinero sin obligación de devolverlo y puede aportar experiencia y contactos. Riesgo: se cede el 30 % de la empresa y parte del control; los beneficios futuros se reparten para siempre.

b) Cualquier elección justificada **con datos del caso**. Argumentos sólidos: el negocio es pequeño y estable, con beneficios modestos, lo que hace arriesgado comprometer los ahorros; el carril bici hace previsible un aumento de ingresos que permitiría afrontar cuotas; ceder el 30 % por 20.000 € es caro en una empresa que los socios llevan tres años levantando.

Puntuación: a) 0,45 (0,15 por opción, con ventaja y riesgo) · b) 0,3.

En b) se exige apoyarse en el caso: una respuesta genérica válida para cualquier empresa puntúa 0,1.

9 Información y comunicación empresarial

0,75 p

- a) Lo más valorado es la **confianza** (78 %), seguida de la rapidez (61 %). Lo menos valorado, el **horario** (29 %), y en segundo lugar el precio (34 %).
- b) En la **confianza y la garantía** del trabajo, no en el precio. Competir por precio contra una franquicia con más volumen es una batalla perdida, y además el precio es lo que menos importa a sus clientes. Los tres años en el barrio, la garantía de un año y el trato personal son los argumentos con los que sí puede ganar.
- c) Mensajes válidos, centrados en confianza y rapidez: «Tu bici, en buenas manos y lista mañana»; «Tres años arreglando las bicis del barrio»; «Con garantía de un año, como debe ser». No es válido un mensaje centrado en el precio.

Puntuación: a) 0,2 · b) 0,3 · c) 0,25.

El apartado b) es el que evalúa si **usa los datos para decidir**. Recomendar bajar precios contradice la encuesta y puntúa 0,1, por bien redactado que esté.

10 Caso empresarial integrador

1,75 p

- a) Resuelve la necesidad de las empresas de ofrecer a su plantilla un desplazamiento sostenible sin tener que comprar, mantener ni gestionar una flota. El cliente no es el trabajador, sino la **empresa**: esa distinción es lo esencial de la pregunta.
- b) Aporta el **mantenimiento y la sustitución incluidos**: la empresa no tiene que ocuparse de nada ni asumir la inversión. Convierte una compra y una gestión en una cuota fija y previsible.
- c) 6 empresas × 5 bicicletas = **30 bicicletas**. Ingreso: $30 \times 25 = 750$ €. Coste: $30 \times 14 = 420$ €. Beneficio mensual = **330 €**. Recuperación: $10.500 \div 330 = 31,8$ meses, es decir, unos **dos años y ocho meses**.
- d) Riesgos válidos: la inversión tarda casi tres años en recuperarse y solo hay interés preliminar, no contratos; si una sola empresa se da de baja, el plazo se alarga mucho; las 30 bicicletas se compran de golpe pero los clientes pueden no llegar todos; y aparecerá competencia en cuanto el modelo funcione.
- e) Mejoras válidas: empezar con menos bicicletas y ampliar según demanda; pedir un compromiso mínimo de permanencia; ofrecer un mes de prueba a las 34 empresas; añadir servicios que suban la cuota —seguro, casco, revisión en la propia empresa—; o buscar una subvención municipal de movilidad sostenible.
- f) Cualquier postura razonada **con los números**. A favor: no hay competencia, hay interés confirmado, el margen por bicicleta es del 44 % y quedan 28 empresas sin visitar. En contra: casi tres años de recuperación es mucho para una empresa pequeña que además afronta la llegada de una franquicia.

Desglose (1,75 p): a) 0,25 · b) 0,25 · c) 0,5 (0,3 el beneficio y 0,2 el plazo) · d) 0,25 · e) 0,25 · f) 0,25.

El apartado f) no tiene respuesta correcta, pero sí incorrecta: decidir sin citar ninguna cifra puntúa 0,1. Se valora especialmente que la decisión sea coherente con el riesgo identificado en d).

Nota al docente. Esta actividad concentra el valor diagnóstico de la prueba: recorre necesidad, cliente, propuesta de valor, cálculo, riesgo y decisión. Conviene corregirla con detalle y contrastarla con la pregunta previa, porque un buen desempeño aquí sin economía previa indica una capacidad analítica que conviene aprovechar desde septiembre.

Resumen para la corrección

BLOQUE	ACTIVIDADES	PUNTOS	QUÉ INFORMA ESTE BLOQUE
1 • Empresa y entorno	1, 2, 3	2,5	Actividad, recursos, oportunidades, RSC y grupos de interés.
2 • Organización y cliente	4, 5	2	Áreas funcionales, segmentos, propuesta de valor y canales.
3 • Análisis cuantitativo	6, 7, 8	3	Ingresos, costes, beneficio, productividad y financiación.
4 • Comunicación empresarial	9	0,75	Interpretación de datos y recomendación argumentada.
5 • Caso empresarial integrador	10	1,75	Viabilidad completa de un servicio nuevo.
TOTAL	10 actividades	10	

Hoja de corrección rápida

ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
MÁXIMO	1	0,75	0,75	1	1	1,25	1	0,75	0,75	1,75	10
OBTENIDO											

ALUMNO / ALUMNA

GRUPO

FECHA

ÁREA EVALUADA	PUNTOS	%	NIVEL DIAGNÓSTICO
1 • Empresa y entorno	/ 2,5		
2 • Organización y cliente	/ 2		
3 • Análisis cuantitativo	/ 3		
4 • Comunicación empresarial	/ 0,75		
5 • Caso empresarial integrador	/ 1,75		
TOTAL	/ 10		

Escala de interpretación

NIVEL	RESULTADO	LECTURA PEDAGÓGICA Y PROPUESTA DE ACTUACIÓN
Consolidado	80-100 %	El aprendizaje previo es sólido. Puede avanzar sin refuerzo y asumir tareas de ampliación o de apoyo a iguales.
Adecuado	60-79 %	Base suficiente con lagunas puntuales. Bastará con repaso incorporado a las primeras unidades.
En proceso	40-59 %	El aprendizaje no está afianzado. Conviene dedicar sesiones específicas de repaso antes de introducir contenidos que dependan de esta área.
Refuerzo	0-39 %	Se detectan carencias que condicionarán el curso. Valorar medidas de refuerzo, materiales adaptados y coordinación con el equipo docente y la familia.

Fortalezas detectadas

Aprendizajes que requieren refuerzo

Autoevaluación del alumno y observaciones

Recordatorio

El resultado de esta prueba es un punto de partida, no una etiqueta. Conviene contrastarlo con la observación de aula de las primeras semanas y con la información del curso anterior antes de tomar decisiones sobre agrupamientos o medidas de refuerzo.

N.º	ALUMNO / ALUMNA	1.º ENTORNO /2,5	2.º ORGANIZ. /2	3.º ANÁLISIS /3	4.º COMUNIC. /0,75	5.º CASO /1,75	TOTAL /10
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
MEDIA DEL GRUPO							

Necesidades generales detectadas

☐ Empresa y entorno
 ☐ Organización y cliente
 ☐ Análisis cuantitativo
 ☐ Comunicación empresarial
 ☐ Caso empresarial integrador

Prioridades de repaso para el primer trimestre

Relación entre cada actividad y los elementos curriculares de **Empresa y Diseño de Modelos de Negocio** del **Real Decreto 243/2022, de 5 de abril**. Los saberes se organizan en torno a la empresa y su entorno, el modelo de negocio, la información empresarial y la validación de la viabilidad.

ACT.	APRENDIZAJE EVALUADO	COMP. ESPECÍFICA	CRITERIOS	SABERES BÁSICOS
1	Empresa, necesidad satisfecha, recursos y entorno	CE1 · CE2	1.1 · 2.1	Empresa y entorno — actividad empresarial y factores externos
2	Innovación, sostenibilidad y responsabilidad social	CE1 · CE2	1.2 · 2.2	Empresa y entorno — innovación, digitalización y RSC
3	Grupos de interés y efectos de una decisión	CE2	2.1 · 2.2	Empresa y entorno — stakeholders y sostenibilidad
4	Áreas funcionales de la empresa	CE3	3.1	Modelo de negocio — funcionamiento y organización
5	Segmento de clientes, propuesta de valor y canales	CE3	3.1 · 3.2	Modelo de negocio — clientes, valor y relaciones
6	Ingresos, costes fijos y variables, beneficio	CE3 · CE5	3.2 · 5.1	Modelo de negocio y viabilidad — análisis económico
7	Productividad y eficiencia	CE3	3.2	Modelo de negocio — recursos, procesos y eficiencia
8	Fuentes de financiación y riesgo asociado	CE3 · CE5	3.2 · 5.2	Viabilidad — inversión y financiación
9	Interpretación de datos y comunicación	CE4	4.1 · 4.2	Información y comunicación empresarial
10	Validación integrada de un modelo de negocio	CE1 · CE2 · CE3 · CE5	1.1 · 2.1 · 3.2 · 5.1	Diseño y validación del modelo de negocio

Competencias específicas implicadas

CE1	Reconocer la empresa, el emprendimiento, la innovación y la digitalización.
CE2	Analizar la relación entre empresa y entorno desde la responsabilidad y la sostenibilidad.
CE3	Diseñar y explicar el modelo de negocio y el funcionamiento de la empresa.
CE4	Gestionar y comunicar la información empresarial.
CE5	Validar la viabilidad de una propuesta mediante el análisis empresarial.

Cómo interpretar esta prueba. El **Real Decreto 243/2022 no establece continuidad formal** entre Economía de 1.º y esta materia, así que no puede darse por supuesto que el alumnado la haya cursado. Por eso la primera página incluye una pregunta previa sin puntuación y ninguna actividad exige vocabulario económico especializado.

Qué no se pregunta. No aparecen CANVAS, mapa de empatía, DAFO, Lean Startup, umbral de rentabilidad, balance, cuenta de pérdidas y ganancias ni plan de negocio: son precisamente los saberes que se aprenderán en el curso. Lo que se diagnostica es si el alumnado puede razonar sobre una empresa real, cuantificar sus decisiones y justificarlas.

El **bloque 3** concentra el mayor peso, tres puntos, porque sin soltura con costes, márgenes y cocientes el resto de la materia se convierte en teoría sin aplicación.