

Etapa	Bachillerato
Curso	Segundo curso
Asignatura	Empresa y diseño de modelos de negocio

Descripción de la asignatura

El mundo de la empresa está presente a diario en los medios de comunicación, forma parte de la vida de millones de personas y repercute en todos los hogares. El conocimiento sobre la empresa es un paso esencial para entender el funcionamiento del conjunto de la economía, por la interrelación que existe entre la empresa y el entorno en el que lleva a cabo su actividad. La materia de Empresa y Diseño de Modelos de Negocio tiene como finalidad que el alumnado estudie y analice las respuestas a los problemas que se plantean en el seno de las empresas y conozca, a su vez, sus nuevas formas de administración y gestión, con un enfoque actualizado y, sobre todo, adaptado a la realidad, considerando que la innovación es un factor clave de su actividad y que, en muchos casos, determina su supervivencia.

Esta materia persigue dos objetivos: aproximar al alumnado al conocimiento de la empresa como catalizador del desarrollo económico, destacando la innovación como un aspecto fundamental de la actividad empresarial e integrando los valores propios de la responsabilidad social corporativa; y fomentar una cultura emprendedora que potencie la creatividad y el espíritu de innovación, la reflexión crítica y la toma de decisiones fundamentadas para diseñar un modelo de negocio y analizar su posible viabilidad.

Competencias específicas

1. 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.
2. Investigar el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial, analizando las interrelaciones empresas-entorno e identificando estrategias viables que partan de criterios de responsabilidad social corporativa, la igualdad y la inclusión, para valorar la capacidad de adaptación de las empresas.
3. Reconocer y comprender las características y actividades de las áreas funcionales y de las estructuras organizativas de los 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.
4. 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 transmisión.
5. 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.

Procedimientos e instrumentos de evaluación

La evaluación del alumnado podrá tener como elementos formativos los siguientes instrumentos de evaluación:

- **Pruebas Objetivas:** se llevarán a cabo pruebas objetivas que pueden estar referidas a unidades didácticas, bloques de éstas o trimestres. Tendrán todo un repertorio de preguntas, tanto teóricas como prácticas, utilizando también la herramienta del tipo test. Son el elemento que mejor refleja no solo el grado de adquisición de saberes sino el enfrentamiento a una situación de exigencia que es tónica habitual en la vida de cualquier ser humano. La parte práctica de cada prueba corresponderá a cualquier tipo de ejercicio visto desde el inicio de curso hasta la fecha de la prueba. En las cuestiones tipo test y en las semiabiertas puede haber preguntas de cualquier tema visto desde el inicio de curso hasta la fecha de la prueba.
- **Observación Directa:** mediante la que el profesorado valorará el grado de participación, la actitud del alumnado, su interés por la materia, por aprender y desarrollarse, así como la evolución del mismo.
- **Realización de Actividades:** se valorará la realización de las tareas propuestas por el profesorado y aquellas que de forma voluntaria realice el alumnado, observando su precisión, su rigor y su originalidad.
- **Trabajos individuales o en grupo:** hemos querido incluir este instrumento con el fin de facilitar al alumnado herramientas que le permitan mejorar sus conocimientos, sus resultados y que muestren el interés por la materia y el estudio. Se valorará la presentación en tiempo y formas adecuados, el grado de adecuación del trabajo, su expresión escrita, ortografía, la utilización rigurosa del lenguaje y el razonamiento económico, técnicas de investigación y de búsqueda de información, grado de colaboración entre los miembros del grupo (si lo hubiera).
- La calificación final del alumnado se obtendrá como media aritmética de las calificaciones obtenidas en cada uno de los instrumentos de evaluación utilizados, teniendo como referencia la tabla que se expone a continuación, que relaciona cada unidad con sus criterios y saberes correspondientes.

INFORMACIÓN SOBRE EL PLAGIO

1. El I.E.S. fomentará el respeto a la propiedad intelectual y transmitirá a los estudiantes que el plagio es una práctica contraria a los principios que rigen la educación secundaria.
 2. El plagio, entendido como la presentación de un trabajo u obra hecho por otra persona como propio o la copia de textos sin citar su procedencia y dándolos como de elaboración propia, conllevará automáticamente la calificación numérica de cero en el trabajo en el que se hubiera detectado. Esta consecuencia debe entenderse sin perjuicio de las responsabilidades disciplinarias en las que pudieran incurrir los estudiantes que plagien
-

Contenidos, competencias específicas, criterios de evaluación y saberes básicos

UNIDAD	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SABERES BÁSICOS
SdA 1: La economía y la empresa	1	1.1	EYDI.2.A.1.
	2	2.1	EYDI.2.A.2.
		2.2	EYDI.2.A.2.
		2.3	EYDI.2.A.2.
	4	4.1	EYDI.2.C.4.
		4.2	EYDI.2.C.6.
			EYDI.2.C.4.
EYDI.2.C.6.			
SdA 2: El emprendimiento	1	1.1	EYDI.2.A.1.
	2	2.1	EYDI.2.A.2.
		2.2	EYDI.2.A.2.
		2.3	EYDI.2.A.2.
SdA 3: La organización en la empresa	2	2.2	EYDI.2.A.2.
	3	3.1	EYDI.2.B.1.
		3.2	EYDI.2.B.1.
		3.3	EYDI.2.B.1.
		3.4	EYDI.2.B.1.
SdA 4: Actividad comercial y el marketing	1	1.1	EYDI.2.A.1.
		1.2	EYDI.2.A.1.
	2	2.1	EYDI.2.A.2.
		EYDI.2.A.3.	
	3	3.1	EYDI.2.B.2.
		3.4	EYDI.2.B.2.
	4	4.1	EYDI.2.C.2.
	SdA 5: Función de producción	3	3.1
3.2			EYDI.2.B.3.
3.3			EYDI.2.B.3.
4		4.1	EYDI.2.C.4.
		4.2	EYDI.2.C.6.
			EYDI.2.C.4.
			EYDI.2.C.6.
5		5.1	EYDI.2.B.5.
		5.2	EYDI.2.B.6.
			EYDI.2.B.5.
	EYDI.2.B.6.		
SdA 6: La gestión de los recursos humanos	2	2.1	EYDI.2.A.2.
		EYDI.2.A.3.	
		2.2	EYDI.2.A.2.
		EYDI.2.A.3.	
	3	3.1	EYDI.2.B.4.
		3.2	EYDI.2.B.4.

SdA 7: Función financiera e inversión	1	1.1	EYDI.2.A.3.
		1.2	EYDI.2.A.1.
	5	5.1	EYDI.2.B.5.
			EYDI.2.B.6.
			EYDI.2.D.6.
	5.2	EYDI.2.B.5.	
EYDI.2.B.6.			
EYDI.2.D.6.			
SdA 8: El patrimonio y las cuentas anuales de la empresa	4	4.1	EYDI.2.C.4.
			EYDI.2.C.6.
		4.2	EYDI.2.C.4.
			EYDI.2.C.6.
	4.3	EYDI.2.C.4.	
		EYDI.2.C.6.	
	5	5.1	EYDI.2.B.5.
			EYDI.2.B.6.
			EYDI.2.D.1.
EYDI.2.D.6.			
5.2		EYDI.2.B.5.	
		EYDI.2.B.6.	
		EYDI.2.D.1.	
		EYDI.2.D.6.	
5.3		EYDI.2.B.5.	
		EYDI.2.B.6.	
		EYDI.2.D.1.	
		EYDI.2.D.6.	
5.4	EYDI.2.B.5.		
	EYDI.2.B.6.		
	EYDI.2.D.1.		
	EYDI.2.D.6.		
SdA 9: Análisis e interpretación de la información contable	4	4.1	EYDI.2.C.4.
			EYDI.2.C.6.
			EYDI.2.D.5.
		4.2	EYDI.2.C.4.
			EYDI.2.C.6.
			EYDI.2.D.5.
	4.3	EYDI.2.C.4.	
		EYDI.2.C.6.	
	5	5.1	EYDI.2.B.5.
EYDI.2.B.6.			
EYDI.2.D.6.			
5.2		EYDI.2.B.5.	
		EYDI.2.B.6.	
		EYDI.2.D.6.	
5.3	EYDI.2.B.5.		
	EYDI.2.B.6.		

			EYDI.2.D.6.
		5.4	EYDI.2.B.5.
			EYDI.2.B.6.
			EYDI.2.D.6.
SdA 10: La digitalización y los nuevos modelos de negocio	1	1.1	EYDI.2.A.4.
		1.2	EYDI.2.A.4.
	4	4.1	EYDI.2.C.1.
			EYDI.2.C.3.
		EYDI.2.C.7.	
4.2	EYDI.2.C.7.		
4.3	EYDI.2.C.1.		
SdA 11: La innovación en los modelos de negocio	1	1.1	EYDI.2.A.4.
		1.2	EYDI.2.A.4.
	3	3.1	EYDI.2.B.1.
	4	4.1	EYDI.2.C.1.
			EYDI.2.C.3.
		EYDI.2.C.4.	
	4.2	EYDI.2.C.4.	
	4.3	EYDI.2.C.1.	
EYDI.2.C.4.			
SdA 12: El plan de negocio	1	1.1	EYDI.2.A.1.
			EYDI.2.A.3.
			EYDI.2.A.4.
		1.2	EYDI.2.A.1.
			EYDI.2.A.4.
	3	3.1	EYDI.2.D.2.
			EYDI.2.D.3.
			EYDI.2.D.4.
		3.2	EYDI.2.D.2.
		3.3	EYDI.2.D.2.
			EYDI.2.D.3.
			EYDI.2.D.4.
		3.4	EYDI.2.D.2.
	EYDI.2.D.3.		
	EYDI.2.D.4.		
	4	4.1	EYDI.2.C.5.
		4.2	EYDI.2.C.6.
			EYDI.2.C.7.
	4.3	EYDI.2.C.4.	
		EYDI.2.C.6.	
5	5.1	EYDI.2.D.1.	
		EYDI.2.D.6.	
	5.2	EYDI.2.B.5.	
		EYDI.2.B.6.	
	5.3	EYDI.2.D.1.	
EYDI.2.D.6.			

Saberes básicos

A. La empresa y su entorno

EYDI.2.A.1. El empresario o la empresaria. Teorías sobre la explicación de sus funciones sociales. El emprendedor y la emprendedora. Perfiles.

EYDI.2.A.2. La empresa: concepto, elementos, objetivos y funciones. Clasificación. Localización y dimensión de la empresa. Estrategias de crecimiento. PYMES y multinacionales: características estrategias, ventajas e inconvenientes. Marco jurídico que regula la actividad empresarial: el Código de Comercio y leyes sobre sociedades de capital. El Estatuto de los Trabajadores.

EYDI.2.A.3. El entorno empresarial. Responsabilidad social corporativa. Mujer y emprendimiento. Inclusión y emprendimiento.

EYDI.2.A.4. La empresa, digitalización e innovación. I+D+I. Teorías de la innovación. Tipos de innovación. Tendencias emergentes. Estrategias de innovación.

B. El modelo de negocio y de gestión

EYDI.2.B.1. Empresa y modelo de negocio. Planificación estratégica. Dirección y liderazgo. Estructuras organizativas. Comunicación: modalidades y recursos digitales. Cultura de empresa. Resolución de conflictos.

EYDI.2.B.2. La función comercial. Investigación de mercados. Segmento de clientes. La propuesta de valor. Producto, precios, canales y promoción. Relaciones con clientes. Fuentes de ingresos. Estrategias de marketing. La digitalización de la función comercial.

EYDI.2.B.3. La función productiva. Proceso productivo. Eficiencia: técnica y económica. Productividades media y global. Cadena de valor y actividades clave. Recursos clave. Asociaciones clave. Estructura de costes: clasificación, cálculo y representación de costes, beneficios y decisiones de producir o comprar. La calidad. Modelos de gestión y métodos de valoración de inventario. PMP y FIFO. Economías de escala.

EYDI.2.B.4. La gestión de los recursos humanos: reclutamiento, selección y evaluación. La motivación, formación y funcionamiento de equipos ágiles. Las 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.

EYDI.2.B.5. La función financiera. Estructura económica y financiera. Inversión: definición y tipos. Valoración y selección de inversiones: plazo de recuperación, VAN y TIR. Recursos financieros. Análisis de fuentes alternativas de financiación interna y externa. Instrumentos de financiación a corto y a largo plazo. Autofinanciación.

EYDI.2.B.6. La información en la empresa: obligaciones contables. Composición y valoración del patrimonio. Cuentas anuales e imagen fiel. Elaboración e interpretación de balance y cuenta de pérdidas y ganancias. El Plan General Contable. Cálculo de los beneficios empresariales. EBITDA.

C. Herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión

EYDI.2.C.1. El lienzo de modelo de negocio y de gestión: concepto, áreas, bloques, utilidad y patrones de modelos de negocio.

EYDI.2.C.2. El punto de vista de los clientes: mapa de empatía. Análisis de las necesidades. Neuromarketing. Nuevas tendencias en la promoción de productos. La competencia y nichos de mercado. Estrategias de segmentación. Posicionamiento en el mercado.

EYDI.2.C.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.

EYDI.2.C.4. Las herramientas de organización de ideas: Pensamiento Visual o Visual Thinking. Capacidad de síntesis. Ideación. Comunicación: modalidades y recursos digitales. Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

EYDI.2.C.5. El prototipado: concepto y utilidad. Posibilidades de prototipado: bienes, servicios y aplicaciones. Análisis de resultados.

EYDI.2.C.6. Las herramientas de presentación de un proyecto o de una idea. Metodología: narración de historias o storytelling y el discurso en el ascensor o elevator speech o elevator pitch. Otras metodologías.

EYDI.2.C.7. Los escenarios: exploración de ideas, escenarios futuros y nuevos modelos de negocio. Otras herramientas para innovar en modelos de negocio y de gestión.

D. Estrategia empresarial y métodos de análisis de la realidad empresarial: estudio de casos y simulación

EYDI.2.D.1. El entorno del modelo de negocio. Previsión: tendencias clave. Macroeconomía: variables macroeconómicas. Competencia: fuerzas competitivas de Porter y ventajas competitivas. Modelos de mercado.

EYDI.2.D.2. La evaluación previa de modelos de negocio: análisis DAFO, análisis previsional de ingresos y costes, cálculo, representación e interpretación del umbral de rentabilidad. Producir o comprar. Subcontratación de servicios por la empresa.

EYDI.2.D.3. La validación del modelo de negocio. Lean Startup. Desarrollo de clientes. Desarrollo de producto ágil.

EYDI.2.D.4. La protección de la idea, del producto y de la marca. Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Oficina Europea de Patentes (OEP), European Union Intellectual Property Office (EUIPO) y Organización Mundial de la Propiedad (OMPI).

EYDI.2.D.5. La toma de decisiones. Estrategias. Simulación en hoja de cálculo. Redacción de un plan de negocios básico.

EYDI.2.D.6. El análisis de resultados: estudio de mercado, análisis e interpretación de la información contable y análisis de estados financieros: fondo de maniobra y ratios. Situaciones y equilibrios patrimoniales. Rentabilidades económica y financiera. Periodos medios de maduración.

Competencias específicas, criterios de evaluación y saberes básicos

<p>1. 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.</p>	<p>1.1. 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>EYDI.2.A.1. EYDI.2.A.3 EYDI.2.A.4.</p>
<p>2. Investigar el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial, analizando las interrelaciones empresas-entorno e identificando estrategias viables que partan de criterios de responsabilidad social corporativa, la igualdad y la inclusión, para valorar la capacidad de adaptación de las empresas.</p>	<p>1.2. 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>EYDI.2.A.1. EYDI.2.A.4.</p>
<p>3. Reconocer y comprender las características y actividades de las áreas funcionales y de las estructuras organizativas de los 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.</p>	<p>2.1. Valorar la capacidad de adaptación ágil, responsable y sostenible de las empresas a los cambios del entorno genérico y a las exigencias del mercado, investigando el entorno económico y social y su influencia en la actividad empresarial.</p>	<p>EYDI.2.A.2. EYDI.2.A.3.</p>
<p>4. Valorar y seleccionar estrategias comunicativas de aplicación al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas y obteniendo la información que se genera tanto en</p>	<p>2.2. 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>EYDI.2.A.2. EYDI.2.A.3.</p>
<p>4.1. 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, aplicando estrategias y nuevas fórmulas comunicativas.</p>	<p>2.3. Identificar y analizar las características del entorno competitivo o específico en el que la empresa desarrolla su actividad, analizando su cadena de valor y sus ventajas competitivas, explicando, a partir de ellas, las distintas estrategias y decisiones adoptadas y las posibles implicaciones sociales y medioambientales de su actividad.</p>	<p>EYDI.2.A.2. EYDI.2.A.3.</p>
<p>3. Reconocer y comprender las características y actividades de las áreas funcionales y de las estructuras organizativas de los 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.</p>	<p>3.1. Proponer un modelo de negocio o de gestión diferenciado que permita dar respuesta a las necesidades de los usuarios, generar valor y contribuir al bienestar económico y social actual, comparando distintos modelos y utilizando estrategias y herramientas de diseño creativo.</p>	<p>EYDI.2.B.1. EYDI.2.B.2. EYDI.2.B.3. EYDI.2.B.4. EYDI.2.D.2. EYDI.2.D.3. EYDI.2.D.4.</p>
<p>4. Valorar y seleccionar estrategias comunicativas de aplicación al mundo empresarial, utilizando nuevas fórmulas y obteniendo la información que se genera tanto en</p>	<p>3.2. Analizar las características organizativas y funcionales de la empresa, analizando, a partir de ellas, las decisiones de planificación, organización, gestión, control y optimización de actividades de todas sus áreas funcionales, recursos, y asociaciones clave de un modelo de negocio innovador.</p>	<p>EYDI.2.B.1. EYDI.2.B.2. EYDI.2.B.3. EYDI.2.B.4. EYDI.2.D.2.</p>
<p>4.1. 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, aplicando estrategias y nuevas fórmulas comunicativas.</p>	<p>3.3. 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, comprendiendo la relación entre los ingresos y los costes, el proceso de obtención del beneficio y del umbral de rentabilidad de la empresa y las decisiones de producción o compra.</p>	<p>EYDI.2.B.1. EYDI.2.B.2. EYDI.2.B.3. EYDI.2.B.4. EYDI.2.D.2.</p>
<p>3. Reconocer y comprender las características y actividades de las áreas funcionales y de las estructuras organizativas de los 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.</p>	<p>3.4. Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, la propuesta de valor, canales, relaciones con clientes y otras variables del marketing mix, así como las fuentes de ingresos de un modelo de negocio innovador.</p>	<p>EYDI.2.B.1. EYDI.2.B.2. EYDI.2.D.2. EYDI.2.D.3. EYDI.2.D.4.</p>

<p>el ámbito interno como externo de la empresa, para gestionar eficazmente la información necesaria en el proceso de toma de decisiones y su correcta transmisión.</p>		<p>EYDI.2.C.6. EYDI.2.C.7. EYDI.2.D.5.</p>
<p>5. 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.</p>	<p>4.2. 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>EYDI.2.C.4 EYDI.2.C.5 EYDI.2.C.6 EYDI.2.C.7 EYDI.2.D.5.</p>
	<p>4.3. 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.</p>	<p>EYDI.2.C.1. EYDI.2.C.4. EYDI.2.C.5. EYDI.2.C.6.</p>
	<p>5.1. Validar la propuesta de modelo de negocio diseñado dentro de un contexto andaluz 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>EYDI.2.B.5. EYDI.2.B.6. EYDI.2.D.1. EYDI.2.D.6.</p>
	<p>5.2. Determinar previsionalmente la estructura de ingresos y costes, calculando su beneficio y umbral de rentabilidad, a partir del modelo de negocio planteado.</p>	<p>EYDI.2.B.5. EYDI.2.B.6. EYDI.2.D.1. EYDI.2.D.6.</p>
<p>5.3. Elaborar un plan de negocio básico sobre un escenario simulado concreto, justificando las decisiones tomadas mediante la aplicación de criterios estáticos y dinámicos de selección de inversiones y otros argumentos fundamentados con criterios económicos.</p>	<p>EYDI.2.B.5. EYDI.2.B.6. EYDI.2.D.1. EYDI.2.D.6.</p>	
<p>5.4. 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, describiendo las relaciones entre sus masas patrimoniales mediante el fondo de maniobra y ratios, evaluando sus rentabilidades económica y financiera e indicando las posibles soluciones a los desequilibrios encontrados.</p>	<p>EYDI.2.B.5. EYDI.2.B.6. EYDI.2.D.1. EYDI.2.D.6.</p>	