

Grado en Administración y Dirección de Empresas 27348 - Creación y gestión de pymes

Guía docente para el curso 2013 - 2014

Curso: 4, Semestre: 2, Créditos: 5.0

Información básica

Profesores

- **Silvia Abella Garcés** sabella@unizar.es
- **Juan Pablo Maicas López** jpmaicas@unizar.es
- **Maria Consuelo González Gil** cgonzalg@unizar.es
- **Ricardo Sánchez Redondo** redsanri@unizar.es

Recomendaciones para cursar esta asignatura

Esta asignatura permite acercarse al estudiante al proceso de creación de empresas. A pesar de que el enfoque del curso es eminentemente práctico, es aconsejable que los alumnos estén familiarizados con las materias adscritas al área de Organización de Empresas impartidas previamente en el grado en Administración y Dirección de Empresas y que recogen el funcionamiento de las áreas propias de la empresa (Dirección Estratégica, Dirección de Recursos Humanos, Dirección de la Producción, Política de Empresa). Adicionalmente, la adquisición de las competencias establecidas para esta asignatura recomienda la asistencia regular a las clases y la participación continuada en las diferentes actividades que se desarrollen en las mismas.

Actividades y fechas clave de la asignatura

Las actividades y fechas clave se comunicarán a través de la plataforma virtual de la asignatura al comenzar el período lectivo. Las fechas de los exámenes finales pueden consultarse en la página web de los centros encargados de la impartición de la titulación.

Inicio

Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

- 1:
 - Identificar con precisión las características que definen a la pequeña y mediana empresa (PYME), así como la problemática subyacente a este tipo de entidades que justifica su estudio por separado.

- 2: • Elaborar un plan de negocio en toda su extensión, siendo capaz de determinar cuáles son las relaciones de causalidad entre las viabilidades que componen dicho plan de negocio (viabilidad estratégica, viabilidad comercial, viabilidad técnica y viabilidad económico-financiera).
- 3: • Valorar la viabilidad general de una empresa sobre la base del estudio del plan de negocio y estar en disposición de hacer recomendaciones encaminadas a determinar cuáles son los límites que condicionan dicha viabilidad.
- 4: • Comprender el proceso de creación de una empresa y conocer las etapas a cubrir en dicha creación.

Introducción

Breve presentación de la asignatura

Creación y Gestión de PYMES es una asignatura semestral, de carácter optativo y que se imparte durante el segundo semestre del cuarto curso del grado en Administración y Dirección de Empresas. Se trata de una asignatura eminentemente práctica, que aproxima al estudiante al proceso de creación de una empresa y donde debe integrarse una parte importante de los conocimientos adquiridos a lo largo del grado.

Contexto y competencias

Sentido, contexto, relevancia y objetivos generales de la asignatura

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

La mera observación de la actividad empresarial de cualquier país del mundo revela una situación esclarecedora en relación al tipo de empresa que compone su tejido empresarial. Con carácter general, más del 99% de las empresas de un país son PYMES, esto es, empresas que cuentan con menos de 250 trabajadores o que poseen una cifra de negocios por debajo de 50 millones de euros. Estas cifras tienen también su contrapartida en la aportación de las PYMES a la creación de riqueza y empleo. Por tanto, parece importante conocer cuáles son las características asociadas a este tipo de organizaciones. En un contexto de pequeña y mediana empresa, el curso se adentra en el proceso de creación de una organización. Dicho proceso requiere de una visión integral de las distintas áreas funcionales características de una empresa. Esta visión integral en el desarrollo de un proyecto empresarial es necesaria para valorar, en última instancia, su viabilidad y las condiciones bajo las cuales es posible garantizar su supervivencia en el mercado.

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

Creación y Gestión de PYMES es una asignatura que forma parte de la materia *Alta Dirección y Dirección General*, que a su vez se encuentra incluida en el módulo *Gestión y Dirección de Empresas y Organizaciones*, definido en el plan de estudios del grado en Administración y Dirección de Empresas. Se trata de una disciplina que integra parte de los conocimientos adquiridos por el alumno en las asignaturas *Dirección Estratégica*, *Dirección de la Producción*, *Dirección de Recursos Humanos* y *Política de Empresa*, así como en otras materias más específicas que analizan las diferentes áreas funcionales de la empresa (y en las que se analizan aspectos relacionados con la gestión del marketing o las finanzas, entre otros). El proceso de creación de empresas debe servirse de un carácter integrador de los conocimientos previamente adquiridos a lo largo del grado, en aras a valorar la viabilidad de negocios o proyectos emprendedores.

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

- 1:**
- Dirigir, gestionar y administrar empresas y organizaciones.
 - Conocer el funcionamiento de cualquiera de las áreas funcionales de una empresa u organización (PYME) y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ellas encomendada.
 - Valorar la situación y la evolución previsible de empresas y organizaciones (PYME), tomar decisiones y extraer el conocimiento relevante.
 - Elaborar y redactar proyectos de gestión global de empresas y organizaciones de carácter PYME.
 - Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de mercados, sectores, organizaciones, empresas y sus áreas funcionales de carácter PYME.
 - Comprender y aplicar criterios profesionales y rigor.
 - Capacidad para la resolución de problemas.
 - Capacidad de organización y planificación.
 - Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.
 - Capacidad para tomar decisiones.
 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
 - Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.

Importancia de los resultados de aprendizaje que se obtienen en la asignatura:

La creación de empresas es un tema cuya relevancia trasciende los límites del grado en Administración y Dirección de Empresas. Por una parte, la creación de empresas está ligada al crecimiento potencial de un territorio y, en ese sentido, su análisis es de interés público. Por otra, el tipo de empresa que se analiza en el curso (PYME) representa, aproximadamente, el 99% del tejido empresarial de cualquier país. Por consiguiente, un entendimiento detallado de la problemática asociado a las PYMES se antoja crucial para que el alumno posea un conocimiento preciso de la realidad empresarial que le circunda.

Creación y Gestión de PYMES proporciona a los alumnos no sólo las herramientas necesarias para entender los problemas a los que se enfrentan las PYMES, sino sobre todo los conceptos y técnicas vinculados a la elaboración (y valoración) de un plan de negocio. En este contexto, el curso desarrolla en el alumno una serie de actitudes y aptitudes que le motivan en el proceso de emprender y dirigir proyectos empresariales. De esta forma, la asignatura pretende contribuir al fomento y dinamización de las PYMES como vía de progreso económico, social y de creación de empleo.

Para alcanzar los resultados anteriores, la asignatura necesariamente tiene que dotarse de una orientación al exterior, que permita ofrecer al estudiante una visión más pragmática y próxima de la realidad del proceso de emprender, al tiempo que facilita la adquisición de modelos de referencia reales que pretenden contribuir a fomentar el espíritu emprendedor entre los alumnos.

Por ello, el contenido de esta asignatura resulta de gran interés para el estudiante, en la medida en que le proporciona una buena aproximación sobre los aspectos anteriormente destacados.

Evaluación

Actividades de evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

- 1:**
- Realización y presentación de una idea de negocio original y propia, cuyo plan de negocio será desarrollado a lo largo del curso. Esta idea, deberá ser elaborada por grupos de entre 3 y 4 personas, que formarán equipo tanto para el plan de negocio como para la entrevista al emprendedor que se detallan a continuación. La presentación de la idea debe tener una extensión en torno a cinco páginas. Esta presentación debe incluir, como mínimo, una breve descripción del negocio en la que se indique el producto o servicio que se pretende lanzar, el mercado o mercados a los que se dirige y las fuentes de ventaja competitiva esperadas. Adicionalmente, puede incluirse cualquier otra información que se considere relevante. La presentación debe ser cuidada en todos sus aspectos (capacidad de síntesis, redacción, presentación...) ya que se trata

de la primera toma de contacto de otras personas con el proyecto y, por tanto, es un elemento esencial en la formación de la primera impresión acerca del mismo, lo que puede condicionar de forma determinante futuros pasos en su desarrollo.

- Realización y presentación, por los equipos arriban mencionados, de un Plan de Negocio, que debe quedar sintetizado en un documento escrito cuya extensión, sin anexos, no debe exceder de 40 páginas y que debe contener, como mínimo, los siguientes apartados:

1.

1. Introducción, donde se sintetiza el origen de la idea y la idea en sí misma, justificando la contribución real que implica su puesta en marcha,
2. Viabilidad estratégica (análisis del entorno general y específico...),
3. Viabilidad comercial (análisis de la demanda, plan de marketing, diseño del producto...),
4. Viabilidad técnica (localización, análisis del proceso productivo...),
5. Viabilidad económico-financiera (fuentes de financiación, estados financieros previsionales, rentabilidad esperada...),
6. Conclusiones.

- Realización, de nuevo por equipos, de una entrevista a un emprendedor que haya creado su propia empresa, a partir de un cuestionario previamente discutido en clase. Cada equipo de trabajo deberá entregar una grabación de la entrevista realizada, así como un pequeño informe sobre la misma. Dicha entrevista debe incluir, entre otros, los siguientes aspectos: cómo surgió la idea de crear la empresa, cuál fue la principal motivación para hacerlo, cómo se identificó la oportunidad, cuál fue el proceso de creación de la empresa, cuáles sus principales problemas, etc.

Tanto para la idea de negocio, como para el plan de negocio y la entrevista al emprendedor, la calificación obtenida es la misma para todos los componentes del grupo, habiendo margen para asignar puntuaciones distintas a dichos componentes si el equipo de profesores de la asignatura detecta asimetrías claras en el trabajo realizado por parte de los miembros.

- Participación activa en las discusiones planteadas tanto en las clases teóricas como en las prácticas.
- Realización, en la fecha aprobada por el centro correspondiente dentro del periodo establecido a tal efecto en el calendario académico, de un examen final, de carácter teórico, en el que el alumno deberá mostrar su conocimiento acerca de los distintos tópicos analizados en clase.

2:

Criterios de valoración

Dado el carácter eminentemente práctico de la asignatura y la importancia que dentro de la misma tiene el trabajo continuado realizado durante el curso, la calificación final tendrá en cuenta dicho trabajo, así como la nota obtenida en el examen final. En todo caso, el alumno podrá superar la asignatura en cualquiera de las dos convocatorias establecidas. En ambas podrá elegir entre presentarse a una prueba global de la misma o aprovechar el trabajo realizado a lo largo del curso. En el primer supuesto, dicha prueba implicará la realización del examen arriba mencionado y la entrega y presentación de un plan de negocio que, en este caso, podrá ser grupal o individual. El reparto entre examen y plan de negocio será 30% de la calificación para el primero y 70% para el segundo. En el segundo supuesto, la puntuación máxima que puede alcanzarse en cada una de las partes del curso es la siguiente (expresada en porcentaje):

Proyecto de creación de empresa -----> 65 puntos

- Propuesta inicial 5 puntos
- Proyecto final 45 puntos
- Presentación oral 15 puntos

Entrevista a empresario -----> 10 puntos

Examen final -----> 25 puntos

Actividades y recursos

Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

El desarrollo del programa y la consecución de los objetivos de aprendizaje establecidos requerirán de un trabajo continuado del alumno a lo largo del curso alrededor de las siguientes actividades:

- Asistencia, recomendada, a las clases.
- Lectura y estudio del material bibliográfico indicado en cada tema.
- Realización de una entrevista a un emprendedor.
- Realización de un plan de negocio en el que se analice con detalle el proceso de creación de una empresa.
- Consulta de las dudas y dificultades surgidas en el proceso de elaboración del plan de negocio.

Actividades de aprendizaje programadas (Se incluye programa)

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

1: Con el fin de desarrollar el marco propuesto, el curso de *Creación y Gestión PYMES* se articula en torno a dos grandes actividades de aprendizaje.

1. La primera está constituida por el análisis de algunos problemas de gestión especialmente importantes para la pequeña y mediana empresa y se corresponde con los capítulos 1 a 5 del programa.
2. La segunda gira en torno al plan de negocio, que deberán realizar todos los alumnos a lo largo del curso, conformando equipos de trabajo a tal efecto.

Además, cada uno de los equipos constituidos en la asignatura debe realizar una entrevista a un emprendedor que haya creado su propia empresa, a partir de un cuestionario previamente discutido en clase.

Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

El calendario de las sesiones teóricas y prácticas de cada grupo puede ser consultado en la página web del centro correspondiente. Las fechas de presentación de trabajos en cada grupo serán comunicadas convenientemente a los estudiantes a través de la plataforma campus virtual de la Universidad de Zaragoza.

PROGRAMA

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

0. INTRODUCCIÓN

1. EL PAPEL DE LA PYME EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

- 1.1. Caracterización e importancia de la PYME
- 1.2. El informe GEM Aragón
- 1.3. El proceso de generación de ideas

2. LA ELABORACIÓN DE UN PROYECTO EMPRESARIAL

- 2.1. Realización del proyecto
- 2.2. Análisis del mercado

- 2.3. El entorno y la competencia
- 2.4. Diseño y elaboración del producto
- 2.5. Comercialización y venta del producto
- 3. ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA
 - 3.1. Formas jurídicas que puede adoptar una empresa
 - 3.2. Trámites formales para la constitución de una empresa
 - 3.2.1. Denominación de la sociedad
 - 3.2.2. Estatutos, escritura pública, registro y licencias
 - 3.2.3. Trámites fiscales y contables
- 4. LA FINANCIACIÓN EN LA PYME
 - 4.1. Introducción
 - 4.2. Sociedades de capital riesgo
 - 4.3. Sociedades de garantía recíproca
 - 4.4. Otras fuentes de financiación para la PYME
- 5. LA FRANQUICIA COMO FÓRMULA DE AUTOEMPLEO
 - 5.1. La franquicia. Aspectos fundamentales
 - 5.2. Elementos en la relación de franquicia: franquiciador y franquiciado
 - 5.3. La franquicia en España
 - 5.3.1. Marco legal
 - 5.3.2. La franquicia en España
 - 5.3.3. La franquicia en Aragón
 - 5.4. Ilustración

Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

- Creación de empresa : los mejores textos / José Carlos Arnal Losilla (coord). ; [Prólogo de Manuel Pizarro Moreno] . 1ª ed. Barcelona : Ariel, 2003
- Creación y puesta en marcha de una empresa / Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa . Madrid : Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, cop. 2004
- Fernández Aguado, Javier. Manual para la creación de empresas : cómo emprender y consolidar un proyecto empresarial / Javier Fernández Aguado, Ignacio López Domínguez, Antonio Rodríguez Fernel ; prólogo de D. José Barea Tejeiro . Madrid : Edisofer, 2000
- Hisrich, Robert D.. Emprendedores = Entrepreneurship / Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, Dean A. Shepherd ; traductor, Yago Moreno ; prólogo y adaptación, Eugenia Bieto, Montse Ollè, Marcell Planellas. 6ª ed. Madrid : McGraw-Hill, Interamericana de España, [2005]
- Jiménez Quintero, José Antonio. Dirección estratégica / José Antonio Jiménez Quintero . Madrid : Pirámide, D.L. 2011
- Kotler, Philip. Marketing lateral : nuevas técnicas para encontrar las ideas más rompedoras / Philip Kotler y Fernando Trías de Bes ; prólogo de Carlos Posada ; traducción de Eva de Paz Urueña . Madrid : Pearson, 2004
- Rajadell Carreras, Manel. Creación de empresas/ Manel Rajadell Carreras . 1a ed. Barcelona : Edicions UPC, 2003

Facultad de Empresa y Gestión Pública

- Creación de empresa : los mejores textos / José Carlos Arnal Losilla (coord). ; [Prólogo de Manuel Pizarro Moreno] . 1ª ed. Barcelona : Ariel, 2003

- Creación y puesta en marcha de una empresa / Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa . Madrid : Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, cop. 2004
- Fernández Aguado, Javier. Manual para la creación de empresas : cómo emprender y consolidar un proyecto empresarial / Javier Fernández Aguado, Ignacio López Domínguez, Antonio Rodríguez Fernel ; prólogo de D. José Barea Tejeiro . Madrid : Edisofer, 2000
- Hisrich, Robert D.. Emprendedores = Entrepreneurship / Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, Dean A. Shepherd ; traductor, Yago Moreno ; prólogo y adaptación, Eugenia Bieto, Montse Ollè, Marcell Planellas. 6ª ed. Madrid : McGraw-Hill, Interamericana de España, [2005]
- Jiménez Quintero, José Antonio. Dirección estratégica / José Antonio Jiménez Quintero . Madrid : Pirámide, D.L. 2011
- Kotler, Philip. Marketing lateral : nuevas técnicas para encontrar las ideas más rompedoras / Philip Kotler y Fernando Trías de Bes ; prólogo de Carlos Posada ; traducción de Eva de Paz Urueña . Madrid : Pearson, 2004
- Rajadell Carreras, Manel. Creación de empresas/ Manel Rajadell Carreras . 1a ed. Barcelona : Edicions UPC, 2003

Facultad de Economía y Empresa

- Bygrave, William D.. Entrepreneurship / William Bygrave, Andrew Zacharakis . 3rd ed. Hoboken, New Jersey : Wiley, cop. 2014
- Creación de empresa : los mejores textos / José Carlos Arnal Losilla (coord). ; [Prólogo de Manuel Pizarro Moreno] . 1ª ed. Barcelona : Ariel, 2003
- Fernández Aguado, Javier. Manual para la creación de empresas : cómo emprender y consolidar un proyecto empresarial / Javier Fernández Aguado, Ignacio López Domínguez, Antonio Rodríguez Fernel ; prólogo de D. José Barea Tejeiro . Madrid : Edisofer, 2000
- Hisrich, Robert D.. Emprendedores = Entrepreneurship / Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, Dean A. Shepherd ; traductor, Yago Moreno ; prólogo y adaptación, Eugenia Bieto, Montse Ollè, Marcell Planellas. 6ª ed. Madrid : McGraw-Hill, Interamericana de España, [2005]
- Jiménez Quintero, José Antonio. Dirección estratégica / José Antonio Jiménez Quintero . Madrid : Pirámide, D.L. 2011
- Rajadell Carreras, Manel. Creación de empresas/ Manel Rajadell Carreras . 1a ed. Barcelona : Edicions UPC, 2003