

Grado en Nutrición Humana y Dietética 29220 - Organización y gestión de la empresa alimentaria

Guía docente para el curso 2012 - 2013

Curso: 3, Semestre: 1, Créditos: 6.0

Información básica

Profesores

- **Luis Carús Ribalaygua** carus@unizar.es
- **Jesús Esperanza Santafé** jеспе@unizar.es
- **Eduardo Eloy Marso Ovejas** emarso@unizar.es

Recomendaciones para cursar esta asignatura

Aunque esta asignatura constituye la primera aproximación a la organización y gestión de la empresa alimentaria en sus diferentes modalidades, dado el enfoque seguido en la misma, resulta aconsejable que el estudiante comience a afrontarla con algunos conocimientos básicos de dirección de empresas, así como con unos mínimos fundamentos de una de las disciplinas instrumentales en las que se apoya (microeconomía). En su caso, puede resultar recomendable la lectura previa de algún manual de dirección estratégica, como L.A. Guerras y J.E. Navas (2007), *La Dirección Estratégica de la Empresa*, 4ª ed., Thomson-Civitas, Madrid o R.M. Grant (2006), *Dirección Estratégica*, 5ª ed., Thomson-Civitas, Madrid.

Además, se recuerda que el estudiante deberá consultar la bibliografía recomendada por el profesorado a través del correspondiente link, teniendo en cuenta que la “bibliografía básica” se considera de obligada consulta, y que la “bibliografía complementaria” lo es a título de orientación. <http://psfunizar7.unizar.es/br13/eGrados.php?id=257>

Actividades y fechas clave de la asignatura

La distribución horaria de la asignatura se incluirá en el calendario.

Se recuerda que las pruebas de evaluación global vendrán definidas en el calendario oficial de exámenes.

Inicio

Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

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

- 1:** Demostrar conocimiento de los aspectos relacionados con la economía y gestión de las empresas alimentarias.

- 2: Conocer la organización y desarrollo de los servicios de alimentación.
- 3: Comprender el funcionamiento de los equipos empresariales de marketing social, publicidad y alegaciones saludables.
- 4: Demostrar conocimiento de los sistemas de calidad de la empresa alimentaria.
- 4: Demostrar compromiso con el mantenimiento y actualización de la competencia profesional, y capacidad para asesorar en la comercialización, comunicación y marketing de los productos alimenticios.
- 4: Demostrar conocimiento y disposición para colaborar en la gestión de RRHH.
- 4: Poner en práctica aspectos de la Dirección Estratégica de la Empresa.

Introducción

Breve presentación de la asignatura

Para facilitar la consecución de la práctica totalidad de los objetivos propuestos para la asignatura el esquema conceptual de la Cadena de Valor / Sistema de Valor propuesto por Porter (1985) resulta muy útil para su diseño y estructuración de los contenidos.

El propio Camisón (1996) entiende que un excelente instrumento didáctico para conocer cómo se genera el valor en las organizaciones es la Cadena de Valor. Además, puesto que ciertas actividades de una organización están encadenadas a otras actividades de sus proveedores y clientes distribuidores / clientes finales, el análisis del proceso de creación de valor debe proseguir con la investigación de la manera en que esta cadena se entrelaza con las cadenas de valor de proveedores y clientes, en lo que constituye el Sistema de Valor.

La progresión ordenada de actividades que supone la cadena valor es, con las debidas puntualizaciones (por ejemplo, respecto a las grandes diferencias existentes en actividades de logística externa y del núcleo de operaciones entre empresas productoras de artículos y empresas productoras de servicios), una excelente herramienta docente para introducir y familiarizar a los estudiantes con las actividades básicas que aún hoy en día se llevan a cabo en las empresas dedicadas tanto a la producción de bienes alimenticios como a la prestación de servicios relacionados con la alimentación.

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:

- 1 Conocer el pasado y presente de la gestión de organizaciones, con especial referencia a la industria alimentaria en España.
- 2 Comprender la metodología de la Dirección Estratégica de la Empresa y su aplicación a la industria alimentaria.
- 3 Planificar desde un punto de vista estratégico y operativo las organizaciones alimentarias a través del conocimiento de herramientas estratégicas y de gestión.
- 4 Comprender los instrumentos contables más importantes en la gestión, con el fin de desarrollar una gestión eficiente.
- 5 Conocer las herramientas de dirección desde el punto de vista del liderazgo y del trabajo en equipo.
- 6 Gestionar actividades alimentarias siendo capaz de prever los recursos necesarios para conseguir los objetivos planteados, estableciendo los sistemas de evaluación pertinentes para buscar una mejora continua en todos los procesos.

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

En cuanto a las características y nivel de conocimientos de los alumnos a los que va destinada la enseñanza de la asignatura, éstos no han recibido formación económica o empresarial previa alguna, por lo que constituye su primer contacto con estas realidades. En consecuencia, esta asignatura tiene un carácter totalmente introductorio, y por objeto conocer los distintos tipos de organizaciones deportivas y analizarlas como un conjunto de actividades o partes interrelacionadas entre sí que, a su vez, se relacionan con el exterior formando parte de un sistema de valor.

Se trata de realizar una primera aproximación a las distintas posibilidades de organización alimentaria y a las principales áreas funcionales de las organizaciones, para que los alumnos comprendan su funcionamiento interno, poniendo de relieve las conexiones existentes entre todas sus partes y las principales conexiones con el entorno. Así, la asignatura cobrará sentido en la titulación si, como se pretende, el graduado, como gestor alimentario, es capaz de entender el funcionamiento de la organización y de tomar decisiones en sus distintos ámbitos funcionales.

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

- 1:** Conocer los aspectos relacionados con la economía y gestión de las empresas alimentarias.
- 2:** Participar en la gestión, organización y desarrollo de los servicios de alimentación.
- 3:** Participar en los equipos empresariales de marketing social, publicidad y alegaciones saludables.
- 4:** Colaborar en la implantación de sistemas de calidad.
- 5:** Reconocer la necesidad de mantener y actualizar la competencia profesional, prestando especial importancia al aprendizaje, de manera autónoma y continuada, de nuevos conocimientos, productos y técnicas en nutrición y alimentación, así como a la motivación por la calidad.
- 6:** Asesorar en el desarrollo, comercialización, etiquetado, comunicación y marketing de los productos alimenticios de acuerdo a las necesidades sociales, los conocimientos científicos y legislación vigente.
- 7:** Participar en tareas relacionadas con la gestión de RRHH.
- 8:** Saber aplicar las nuevas formas de dirección y gestión de organizaciones que se sintetizan en la Dirección Estratégica de la Empresa.

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

Los resultados de aprendizaje que se obtienen al superar esta asignatura tienen la importancia de mejorar las competencias generales del título de Grado desarrollándose diferentes competencias instrumentales, competencias personales y de relación interpersonal y competencias sistémicas.

Evaluación

Actividades de evaluación

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

- 1:**

La entrega de un trabajo monográfico consistente en la elección y diseño para una organización alimentaria de diferentes aspectos de su cadena de valor, que supone un 25% de la nota final.

Para la valoración de su calidad se tendrá en cuenta una correcta exposición de los objetivos y motivación del trabajo, su marco teórico, la metodología empleada, sus principales resultados y conclusiones, así como sus limitaciones como representación de casos reales.

2:

La realización de una prueba escrita de evaluación global que incluirá 20 preguntas objetivas de ítems de elección múltiple con 4 respuestas posibles, siendo siempre una de ellas correcta pero pudiendo serlo dos, tres o las cuatro, que supone un 75% de la nota final.

Para su evaluación se tendrán en cuenta las reglas básicas que se deben observar en la preparación de este tipo de pruebas respecto a redactado de los enunciados, división de ítems por bloques temáticos, información sobre revisiones, etc.

Actividades y recursos

Presentación metodológica general

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

El principal método docente que se propone para las clases teóricas de la asignatura es la lección magistral, quedando la conveniencia tal elección justificada, por las propias características de los alumnos, quienes no poseen conocimiento alguno previo acerca de la materia. No obstante, para la exposición en clase se plantean diferentes técnicas para estimular la participación, y con ella la interrelación profesor-alumnos, así como para intentar incrementar su grado de atención y facilitar el seguimiento del tema que se trate. Entre ellas, se pretende utilizar un sistema combinado de explicación apoyada en preguntas a los alumnos, que permite al profesor comprobar si éstos están prestando atención, están entendiendo la explicación y si van adquiriendo los conocimientos elementales necesarios para seguir los razonamientos. Este sistema se verá complementado con el uso de múltiples ejemplos reales, fundamentalmente de organizaciones alimentarias conocidas y cercanas a los alumnos, con el fin de despertar su interés, tratando de provocar, además, la participación de los mismos.

En cuanto a los medios se refiere, para las clase teórica de la asignatura se utilizarán presentaciones en PowerPoint, en las que se hará referencia expresa a los medios impresos que reúnan los diferentes conceptos y aspectos que se van a tratar en el programa propuesto. También, se utilizará la pizarra plástica, tanto como soporte en si misma para matizar algunos aspectos de la explicación, como soporte de proyección para poder pintar y sobrecribir sobre las presentaciones.

Las clases prácticas servirán como complemento a la teoría al permitir aplicar los conceptos analizados, completar algunos aspectos menos desarrollados o proponer nuevas cuestiones. Estas clases prácticas se pretenden desarrollar de las siguientes maneras diferentes:

a) La utilización de casos de estudio, normalmente presentados en vídeo, que muestran situaciones reales y en los que los alumnos de forma individual o por grupo pueden tratar de encontrar los problemas (ineficiencias, negligencias, etc.) y sugerir soluciones. De esta forma se consigue que los alumnos puedan utilizar los conocimientos y las técnicas aprendidas en clase para aplicarlas a situaciones reales.

b) La discusión de textos, seleccionados entre los artículos de revistas especializadas de reconocido prestigio y relacionados con los temas

tratados en clase para que el alumno participe de forma más activa en las clases teóricas.

c) La resolución de ejercicios en la pizarra, donde se aplican los conceptos estudiados en los capítulos correspondientes. La resolución de estos ejercicios en el encerado permite al alumno razonar y entender el mecanismo de resolución de los mismos.

d) La asistencia a seminarios por grupo.

Finalmente, se instará a los alumnos que utilicen las horas de tutorías para la resolución de dudas puntuales, para cualquier otra cuestión que el alumno esté interesado en relación con la asignatura, e incluso para completar algunas actividades presenciales (mesa redonda, conferencia, etc.).

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: El objetivo de la asignatura es familiarizar al estudiante con el análisis interno funcional de la empresa alimentaria a través del estudio de la cadena de valor con que lleva a cabo su actividad. Para ello, el curso se articula en torno a tres bloques principales.

1: En el primero de ellos, de conceptos generales, se estudian los conceptos de Organización, Empresa y Empresario, y se reconocen sus diferencias, lo que permite:

- 1 Clasificar cualquier organización, atendiendo a diferentes criterios.
- 2 Conocer las características de los tipos más comunes de organizaciones alimentarias.
- 3 Diferenciar entre la dirección y la propiedad de una empresa.
- 4 Identificar las actividades principales de las organizaciones.

1: Sigue una parte dedicada a cada una de las actividades de valor primarias que constituyen la secuencia productiva básica de la organización:

- 1 Logística Interna
- 2 Núcleo de Operaciones
- 3 Logística Externa
- 4 Marketing y Ventas
- 5 Servicio postventa

1: El tercer bloque se dedica a conocer las particularidades de aquellas actividades de valor de apoyo que posibilitan la consecución de las actividades de valor primarias:

- 1 Abastecimiento
- 2 Tecnología
- 3 Recursos Humanos
- 4 Infraestructura

Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

Entrega y presentación de los trabajos monográficos durante las dos últimas semanas del curso.

Bibliografía

BALLESTERO, E. Economía de la Empresa Agraria y Alimentaria. Mundi-Prensa, 2000. Madrid.

BUENO, E. Dirección estratégica de la empresa. Metodología, técnicas y casos. Pirámide. 1987. Madrid. Quinta edición revisada y actualizada en 1996.

SANTESMASES MESTRE, M. Marketing (conceptos y estrategias). Pirámide. 2001. Madrid.

COMPLEMENTARIA

CALDENTEY, P. Nueva Economía Agroalimentaria. Ed. Agrícola Española, S.A. 1998. Madrid.

CALDENTEY, P.; HARO, T. Comercialización de productos agrarios. 5ª edición. 2004. Madrid.

Coeditada por: Ed. Agrícola Española y Mundi-Prensa. Madrid

CALDENTEY, P.; Haro, T. de.; Titos, A. y Briz, J. Marketing Agrario. Mundi-Prensa. 1999. Madrid

RODRÍGUEZ BARRIO, J. E. Y COLA, B. Gestión comercial de la empresa agroalimentaria. Ediciones Mundi-Prensa. 1990. Madrid.

Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada

- Ballestero, Enrique. Economía de la empresa agraria y alimentaria : producción , costos, mercadotecnia agroalimentaria, inversiones, financiación, valoración agraria / Enrique Ballestero . 2a ed., rev. y ampl. Madrid [etc.] : Mundi-Prensa, 2000
- Bueno Campos, Eduardo. Dirección estratégica de la empresa : metodología, técnicas y casos / Eduardo Bueno Campos . [5a ed. rev. y act.] Madrid : Pirámide, D.L. 1996
- Caldentey Albert, Pedro. Comercialización de productos agrarios / Pedro Caldentey Albert . 5a. ed. Madrid : Editorial Agrícola Española : Mundi-Prensa, 2004
- Caldentey Albert, Pedro. Nueva economía agroalimentaria / por Pedro Caldentey Albert . Madrid : Editorial Agrícola Española, D.L.1998
- Marketing agrario / Pedro Caldentey [Albert] ... [et al.]. 2ª ed. rev. y amp. Madrid : Mundi-Prensa, 1994
- Rodríguez-Barrio, J. Enrique. Gestión comercial de la empresa agroalimentaria / J. Enrique Rodríguez-Barrio, Luis M. Rivera Vilas, Miguel Olmeda Fernández . Madrid : Mundi-Prensa, 1990
- Santesmases Mestre, Miguel. Marketing : conceptos y estrategias / Miguel Santesmases Mestre . 6ª ed. Madrid : Pirámide, 2012