

27348 - Creación y gestión de pymes

Información del Plan Docente

Año académico: 2020/21

Asignatura: 27348 - Creación y gestión de pymes

Centro académico: 109 - Facultad de Economía y Empresa

228 - Facultad de Empresa y Gestión Pública

301 - Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Titulación: 448 - Graduado en Administración y Dirección de Empresas

458 - Graduado en Administración y Dirección de Empresas

454 - Graduado en Administración y Dirección de Empresas

Créditos: 5.0

Curso: 4

Periodo de impartición: 448 - Segundo semestre

454 - Segundo semestre

458 - Segundo semestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia: ---

1. Información Básica

1.1. Objetivos de la asignatura

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.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la agenda 2030 y determinadas metas concretas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), contribuyendo en cierta medida a su logro:

Objetivo 4: Educación de calidad,

Meta 4.3: De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria

Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico,

Meta 8.3: Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.

1.2. 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 servir 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.

1.3. Recomendaciones para cursar la asignatura

Esta asignatura permite acercar 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.

2. Competencias y resultados de aprendizaje

2.1. Competencias

- 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.

2.2. Resultados de aprendizaje

? 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.

? 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).

? 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.

? Comprender el proceso de creación de una empresa y conocer las etapas a cubrir en dicha creación.

2.3. Importancia de los resultados de aprendizaje

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. Con esta pretensión, y siempre y cuando resulte posible, los planes de negocio que se elaboren en el contexto de la asignatura serán presentados en viveros o incubadoras de empresas para dotar de mayor realismo al trabajo elaborado por el estudiante.

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.

3. Evaluación

3.1. Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

El estudiante deberá demostrar que ha logrado los resultados de aprendizaje mediante las siguientes actividades de evaluación, que tiene carácter global y se desarrolla a través de los siguientes procedimientos y actividades (y que serán de aplicación en ambas convocatorias):

- Realización y presentación de un modelo de negocio original y propio, cuyo plan de negocio será desarrollado a lo largo del curso. Este modelo, deberá ser elaborado por grupos de entre 2 y 4 personas, y excepcionalmente y previa conformidad del profesor, de forma individual, que formarán equipo también en el desarrollo del plan de negocio. El documento que describa el modelo de negocio debe tener una extensión en torno a cinco páginas, y debe incluir, como mínimo, una breve descripción de los nueve bloques que permiten caracterizar dicho modelo. Adicionalmente, puede incluirse cualquier otra información que se considere relevante. La presentación del documento 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. 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.

Tanto para el modelo de negocio, como para el plan de negocio, la calificación obtenida es la misma para todos los componentes del grupo, habiendo margen para asignar puntuaciones distintas a dichos componentes si los resultados de la actividad de autoevaluación que realizarán los alumnos el último día de clase mostrasen asimetrías claras en el trabajo realizado por parte de los miembros.

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 los resultados de la actividad de autoevaluación que realizarán los alumnos el día de las exposiciones orales de los planes de negocio. En dicha actividad los estudiantes valorarán el esfuerzo propio y el de sus compañeros de grupo a lo largo de la realización del plan de negocio. En ambas convocatorias 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 de un examen y la entrega y presentación de un plan de negocio que, en este caso, deberá ser exclusivamente individual. El reparto entre examen y plan de negocio será 40% de la calificación para el primero y 60% para el segundo. En el segundo supuesto, la puntuación máxima que puede alcanzarse en cada una de las pruebas a desarrollar durante el curso es la siguiente:

Proyecto de creación de empresa	90 puntos
Propuesta inicial	10 puntos
Proyecto final	60 puntos
Presentación oral	20 puntos
Actividad de Autoevaluación	10 puntos
Total	100 puntos

Está previsto que estas pruebas se realicen de manera presencial pero si las circunstancias sanitarias lo requieren, se realizarán de manera semipresencial u online. En el caso de evaluación online, es importante destacar que, en cualquier prueba, el estudiante podrá ser grabado, pudiendo este ejercer sus derechos por el procedimiento indicado en:

https://protecciondatos.unizar.es/sites/protecciondatos.unizar.es/files/users/lopd/gdocencia_reducida.pdf

Se utilizará el software necesario para comprobar la originalidad de las actividades realizadas. La detección de plagio o de copia en una actividad implicará la calificación de 0 puntos en la misma

4. Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1. Presentación metodológica general

En principio la metodología de impartición de la docencia está previsto que pivote alrededor de clases presenciales. No obstante, si fuese necesario por razones sanitarias, las clases presenciales podrán impartirse de forma semipresencial u online.

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 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.

4.2. Actividades de aprendizaje

Las actividades de aprendizaje asociadas a esta asignatura son las siguientes:

- Clases teóricas, 25 horas.
- Clases prácticas, 25 horas.

Aprendizaje basado en problemas / Laboratorio (herramienta TIC)/Seminarios/Tutoría/Trabajo personal del estudiante, 75 horas

4.3. Programa

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: creatividad

2. LA ELABORACIÓN DE UN PROYECTO EMPRESARIAL

2.1. Realización del proyecto

2.2. Análisis estratégico

2.3. Plan de marketing

2.4. Análisis técnico

2.5. Análisis económico-financiero

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

4.4. Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

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.

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.

4.5. Bibliografía y recursos recomendados