

CAPÍTULO 22

UN ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DOCENTES DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Elvira Cerver Romero
Amparo de la Torre Fernández
Universitat de València
elvira.cerver@uv.es / amparo.torre@uv.es

INTRODUCCIÓN

El fenómeno emprendedor (*entrepreneurship*) y la dirección estratégica gozan de cierta complementariedad cuando analizamos la dirección de empresas y el emprendedurismo en condiciones de incertidumbre. El fenómeno emprendedor tiene la misión de identificar y explotar oportunidades de creación de valor; pero para crear dicho valor, las organizaciones necesitan actuar estratégicamente (Ruiz Navarro, 2003). La investigación en dirección de empresas se ha desarrollado independientemente de la investigación del fenómeno emprendedor; ahora bien, ambos se orientan a cómo adaptarse a los cambios del entorno y a cómo explotar las oportunidades creadas por las incertidumbres y discontinuidades, y en suma, a como crear valor (Hitt y Ireland, 2000, en Ruiz Navarro, 2003). En realidad los dos campos son inseparables; el emprendedor identifica y explota oportunidades no aprovechadas previamente; la dirección estratégica se orienta a la forma de obtener y mantener ventajas de la oportunidad creada (Venkataraman y Sarasvathy, 2001 en Ruiz Navarro, 2003).

Debemos desarrollar una dirección estratégica con capacidades emprendedoras y capacidades emprendedoras que tengan en cuenta la utilidad de la dirección estratégica, esto es, desarrollar *entrepreneurship estratégico*. Esta mentalidad emprendedora se desarrolla y afianza con elementos de dirección estratégica, ordenados en un proceso en el que destacan: la existencia de objetivos claros; la búsqueda de nuevas oportunidades relacionándolas con el acceso a los recursos, explorando nuevos modelos empresariales, reglas y procesos; perseguir las oportunidades con disciplina, registrando las ideas y fuentes de oportunidades y gestionándolas como bases de datos; experimentar, seleccionar y orientar los esfuerzos a las mejores oportunidades, marcando prioridades y asignando recursos;

E. Cerver Romero, A. de la Torre Fernández

centrarse en la ejecución pero permaneciendo flexibles y receptivos al cambio, desarrollando capacidades dinámicas; fomentar el esfuerzo de cada uno en su dominio, para lo que se crea y mantiene una red de recursos intelectuales y emocionales (McGrath y MacMillan, 2000; Grant, 1998; en Ruiz Navarro, 2003).

La dirección estratégica moviliza a toda la organización tras las acciones emprendedoras con una disciplina estratégica que: debe tener una definición elástica de la empresa, que procede de lo que sabe hacer y de los recursos disponibles; y comprende que el plan de crear o desarrollar una empresa es más que un contrato, es una historia que debe ser creíble (Ruiz Navarro, 2003).

Partiendo de la importancia y el avance en la investigación científica de la creación de empresas a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, de la abundante literatura existente en las revistas más prestigiosas de Dirección de Empresas, del creciente apoyo de las distintas administraciones públicas y de los distintos enfoques sobre el estudio de la función empresarial y la creación de empresas que Veciana (1999) denomina económicos, sociológicos, institucionales y gerenciales, el objetivo de esta comunicación es mostrar cómo la creación de empresas se ha consolidado como materia de estudio en la Universitat de València. Concretamente, las teorías enmarcadas en el Enfoque Gerencial “parten del supuesto de que la creación de empresas es fruto de un proceso racional de decisión en el cual son decisivos los conocimientos y las técnicas elaboradas en las áreas de conocimiento de economía y dirección de empresas” (Veciana, 1999). La creación de empresas es un proceso que debe analizarse bajo la óptica de la dirección estratégica, puesto que el objetivo que pretende alcanzar es precisamente la viabilidad de un negocio mediante el diseño e implementación de una estrategia de supervivencia, apoyada en fortalezas claras y ventajas competitivas sostenibles (Jiménez y Arroyo, 2002). Es de vital importancia ofrecer a nuestros alumnos una adecuada formación en esta disciplina, lo que les permitirá ampliar sus posibilidades, considerando el autoempleo como otra alternativa profesional.

LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN LOS PLANES DE ESTUDIO DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

La reforma global de los planes de estudio del año 1993 en España, significó una ruptura importante en diversos aspectos. El criterio básico fue una apuesta por un incremento mínimo de la duración de los estudios y de la obligatoriedad prevista en los decretos correspondientes, optando así por una amplia optatividad, esto es, las titulaciones se concibieron desde la perspectiva de dejar al estudiante la máxima flexibilidad. Cambió la denominación de asignatura por la de módulo, y aparecieron a su vez módulos prácticos asociados a cada módulo teórico, que en nuestra Universitat llevó a organizar la docencia de manera que cada grupo teórico se dividió en tres prácticos con un número máximo 40 estudiantes en cada uno de ellos.

Algunas Universidades españolas decidieron incluir en su oferta el módulo de *Creación de empresas*. Concretamente la comisión de nuevos planes de estudio de l'Escola Universitaria d'Estudis Empresarials de la Universitat de València consideró dicho módulo como optativo para los estudiantes de la Diplomatura de Ciencias Empresariales, con una carga de 3 créditos de carácter práctico, y reconoció entre las áreas de actuación profesional de los titulados la posibilidad de establecer su propia empresa, con la ayuda de los proyectos institucionales de jóvenes emprendedores, o bien, desarrollando sus propias ideas empresariales. El descriptor del módulo dejaba patente ya entonces "dar una visión de la problemática del emprendedor y del procedimiento para elaborar un plan de viabilidad. Análisis de actividades necesarias para crear una empresa, técnica de creatividad, negocios con futuro y búsqueda de inversores potenciales. Elaboración de un proyecto real de creación de empresas", siendo el área de conocimiento responsable de su docencia *organización de empresas*.

Con la reforma de los planes de estudio del año 2000, vigente en la actualidad, se pretendía reducir la oferta de optatividad y para todos los estudios universitarios aparece de nuevo el concepto de asignatura, en el que se funden el módulo teórico y el práctico, estableciéndose en 4,5 el número de créditos mínimo por asignatura. En este contexto la carga de la asignatura de *Creación de empresas* se redefine, pasando a ser de seis créditos de carácter práctico. Además se integra en la orientación curricular de *Creación y Dirección de Empresas*, junto a las asignaturas de *Análisis y consolidación de estados contables*, *Diseño organizativo y recursos humanos*, *Fundamentos de dirección estratégica*, *Inversiones financieras*, *Gestión y control de la calidad* y *Planificación y gestión financiera*.

El curso 2002-2003 se oferta la asignatura de *Creación de empresas turísticas* en la Diplomatura de Turismo, con carácter optativo y con una carga total de 4,5 créditos -1,5 de carácter teórico y 3 de carácter práctico -.

El curso 2003-2004 se oferta por primera vez la asignatura de *El emprendedor y la creación de empresas* en el Campus de Burjassot, en el que se imparten todas las titulaciones de ciencias e ingenierías de la Universitat de València. En esta línea, esperamos en los próximos cursos impartir esta asignatura con carácter de libre elección en el campus de Blasco Ibañez (titulaciones de Ciencias de la Salud y Humanidades) y en el Campus de Tarongers (Facultad de Derecho y Ciencias Sociales).

EL PLAN DE EMPRESA EN MANUALES E INSTITUCIONES

El proceso de creación de empresas desde un planteamiento prescriptivo propone una metodología señalando las etapas más relevantes del mismo. Maqueda y Rodríguez (1999) prestan especial atención a la elaboración del plan de negocio, la localización y los recursos necesarios para su puesta en marcha. García (2000) parte de la conveniencia de la realización de un diagnóstico

E. Cerver Romero, A. de la Torre Fernández

adecuado sobre las fortalezas y debilidades del emprendedor para poder crear una empresa de éxito. Nueno (2000) también señala la importancia del desarrollo adecuado de un plan de negocio.

Dado que nuestra asignatura tiene un carácter eminentemente práctico y se pretende que el estudiante desarrolle su propio plan de empresa, debemos facilitar a los estudiantes una estructura organizada del plan de empresa. Hemos procedido a recopilar y analizar algunas estructuras aportadas tanto por manuales como distintas instituciones de apoyo a la creación de empresas (ver tablas 1 y 2) y nos hemos encontrado que así como el núcleo básico de los apartados de la estructura son contemplados en todos ellos, el enfoque y el peso específico de cada apartado puede ser diferente, resaltando los siguientes aspectos:

1. El tipo de enfoque varía en función del público objetivo a quien va dirigido y de los autores que desarrollan la estructura.
2. Existen grandes diferencias en cuanto al estudio, contrastación y justificación de las ideas. Posiblemente algunos parten ya de un proyecto concreto y sólo atienden al desarrollo técnico del plan de empresa.
3. A pesar de que todos desarrollan las distintas áreas funcionales de la empresa el peso específico dedicado a cada una de ellas varía mucho de unas estructuras a otras; en los manuales se detecta distintas cargas en función del área de conocimiento de los autores.

Con toda esta información nosotros planteamos la necesidad de tras identificar la idea y analizar su viabilidad, realizar un plan estratégico, que en parte se alimentará de toda la información recogida en el estudio de la viabilidad de la idea y que constituye el embrión o base a partir de la cual desarrollamos los distintos planes funcionales.

LA ASIGNATURA DE CREACIÓN DE EMPRESAS

Concretando nuestro objetivo vamos a profundizar en las características de las asignaturas de creación de empresas en la Universitat de València. Teniendo en cuenta las particularidades de las titulaciones en que se imparten, analizaremos el enfoque y contenido de la formación actual.

Objetivos de la asignatura

Los objetivos de conocimiento de las tres asignaturas de *Creación de empresas* son similares y pretenden difundir la iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor entre las distintas titulaciones de la Universitat de València. Se concretan en proporcionar una visión de la figura del emprendedor, en la generación de ideas como punto de partida, en el estudio de la viabilidad de la idea y de los distintos planes que conforman el plan de empresa, así como el

análisis de todos los aspectos que se tienen que cuidar durante la puesta en marcha de una empresa, de tal forma que los estudiantes sean capaces de elaborar su propio proyecto.

Así mismo se pretende que el alumno conciba el plan de empresa como una herramienta útil no solo para la creación de nuevas empresas, sino también en la planificación y el desarrollo de nuevos proyectos en una empresa ya existente.

El contenido de los programas docentes

Planteamos al estudiante el proceso de creación de empresas desde el punto de vista de la viabilidad estratégica. Partimos de la denominada actitud estratégica del promotor y el DAFO como herramienta nos permite sintetizar la previabilidad de la idea a través de la información obtenida de los ámbitos internos y externos de la futura empresa. Alcanzada la previabilidad y con la información que nos proporciona, desarrollamos el plan estratégico y los distintos planes funcionales que nos ayudarán a identificar las acciones a seguir, con el fin de lograr la viabilidad estratégica de la nueva empresa.

El contenido del programa docente (ver tabla 3) es el mismo para las tres asignaturas. No obstante es necesario un tema introductorio (tema 0) dirigido a los estudiantes del campus de Burjassot, dada la falta de conocimientos de carácter económico.

Del análisis de los contenidos, podemos decir que una de las ventajas de cursar esta asignatura, en el caso de los estudiantes de la Diplomatura en Ciencias Empresariales, es que les permite de forma ordenada y detallada aunar en su proyecto la globalidad de los conocimientos adquiridos y dar sentido a las relaciones existentes entre las distintas áreas funcionales de la empresa. Esta es la razón por la que se les recomienda que tengan superada la troncalidad y estén en último curso. A los estudiantes de la Diplomatura de Turismo se les hace la misma recomendación, pese a que es necesario profundizar en aquellos aspectos de carácter económico-financiero que no han sido trabajados en la troncalidad de su titulación. A diferencia de los dos casos anteriores, la formación técnica de los estudiantes del campus de Burjassot facilita el proceso de generación de ideas, aunque obviamente no contempla aspectos económico-empresariales; es por ello necesario introducirles y profundizar en al menos los necesarios para desarrollar su plan.

Los métodos docentes

Al ser estas asignaturas eminentemente prácticas, los contenidos teóricos se irán dando al estudiante según ellos van realizando su propio proyecto. Dependiendo de la asignatura y el momento del curso, tienen un peso específico diferente los contenidos de carácter teórico o práctico; conforme el curso avanza, la dedicación a la práctica es cada vez mayor. Para los contenidos teóricos recurrimos

E. Cerver Romero, A. de la Torre Fernández

a la clase magistral. El desarrollo práctico del proyecto de empresa nos lleva a organizar los estudiantes en grupos de tres o cuatro personas; es vital prestar atención a la configuración de dichos grupos, de forma que si comparten el interés por una determinada idea de negocio y existe afinidad personal entre ellos orientada al trabajo en grupo, es factible lograr los objetivos de la asignatura. Las clases se imparten en aula de informática con conexión a Internet que constantemente se utiliza para obtener todo tipo de información, así como distintas bases de datos que dispone la Universitat de Valencia.

Habilidades

El programa propuesto y los métodos docentes utilizados en estas asignaturas deben actuar como elementos facilitadores para la adquisición de ciertas habilidades necesarias para llevar adelante el proyecto empresarial. Destacamos entre ellas: capacidad de buscar y recoger información, capacidad para establecer relaciones entre los conceptos teóricos y su aplicación práctica, desarrollo de la capacidad creadora y analítica, desarrollo de la capacidad de organización y planificación, capacidad de liderazgo, capacidad para trabajar en grupo y asumir decisiones de forma colectiva, habilidad de observación, habilidades de negociación.

Métodos de evaluación

La evaluación de estas asignaturas debe responder a un proceso continuo. Consideramos que la evaluación de la propia realización del proyecto durante el curso nos permite valorar -aunque a nivel grupal- las habilidades adquiridas y la comprensión de los conocimientos teóricos necesarios para abordar el proyecto. No obstante puede ser conveniente realizar pruebas escritas que reflejen sus conocimientos a nivel individual.

CONSIDERACIONES FINALES

En este trabajo hemos reseñado cómo la creación de empresas se ha ido consolidando como materia en la Universitat de València, gracias a la confluencia de varios factores tanto internos como del entorno; concretamente la reforma de los planes de estudio permitió plantear asignaturas de carácter eminentemente práctico; las administraciones públicas han sido conscientes cada vez más de la importancia del apoyo a este tipo de iniciativas, dada la creación de valor que suponen para la economía; además, la creación de empresas se ha ido consolidando como un nuevo programa de investigación científica, aunque todavía queda un

Un análisis de los programas docentes...

largo camino por recorrer hasta lograr la consideración de área de conocimiento. Los programas docentes de creación de empresas en la Universidad de València recogen esta situación, en su intento de responder a las necesidades sociales al respecto.

E. Cerver Romero, A. de la Torre Fernández

BIBLIOGRAFÍA

- Drucker, P.F. (1991): *La innovación y el empresario innovador*. Edhasa, Barcelona
- García, E. (2000): “Aprendiendo de los errores del emprendedor: claves para evitar el fracaso”. *Harvard-Deusto Business Review*, nº 96, pp.86-92
- Genescà, E., Urbano, D., Capelleras, J.L., Guallarte, C., y Vergés, J. (coord.) (2003): *Creación de empresas. Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- González Domínguez, F. J. (2000): *Creación de empresas. Guía para el desarrollo de iniciativas empresariales*. Pirámide, Madrid.
- Jiménez Moreno, J.J. y García Villaverde, P.M. (2003): “Estado de la cuestión y perspectivas de la investigación en creación de empresas en España: una revisión de los artículos publicados entre 1996 y 2001”. En Genescà, E., Urbano, D., Capelleras, J.L., Guallarte, C., y Vergés, J. (coord.) (2003): *Creación de empresas. Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Jiménez Quintero, J.A. y Arroyo Varela, S. R. (2002): *Dirección estratégica en la creación de empresas*. Pirámide, Madrid
- Maqueda, J. Y Rodríguez, A. (1999): “Los procesos de creación de empresas”, *Boletín de Estudios Económicos*, vol.54, nº 158, pp. 481-496.
- Nueno, P. (2000): “Emprender: de conceptos, dilemas y competencias”, *Iniciativa emprendedora y empresa familiar.*, nº 21, pp. 11-20.
- Nueno, P. (2001): *Emprendiendo*. Deusto, Bilbao
- Ruiz Navarro, J. (2003): *El fenómeno emprendedor y la dirección estratégica*. En Genescà, E., Urbano, D., Capelleras, J.L., Guallarte, C., y Vergés, J. (coord.) (2003): *Creación de empresas. Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Sanchis, J.R. y Ribeiro Soriano, D. (1999). *Creación y Dirección de PYMES*. Díaz de Santos, Madrid.
- Siegel, E., Schultz, L., Ford, B., Carney, D. (1994): *El plan empresarial. La guía de Ernst & Young*. Díaz de Santos, Madrid.
- Veciana, J.M. (1999): “Creación de empresas como programa de investigación científica”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol.8, núm.3, pp.11-36.

Direcciones Internet

- Administración General del Estado: <http://www.administracion.es>
- Asociación Nacional de CEEI españoles: <http://www.ances.com>
- Cámara de Comercio de Valencia: <http://www.camaravalencia.com>
- Centro Europeo de Empresas Innovadoras de Valencia: <http://www.ceei-valencia.com>
- Revista Emprendedores: <http://www.emprendedores.wanadoo.es>
- Dirección General de Política de la PYME: <http://www.impi.es>

TABLA 1.
ESTRUCTURA DEL PROYECTO EMPRESARIAL EN DISTINTOS
MANUALES DE CREACIÓN DE EMPRESAS

Sanchis y Ribeiro (1999)	Siegel (1994)
<ul style="list-style-type: none"> - Resumen global del proyecto: objetivos y conclusiones - Estudio de mercado - Estudio técnico - Estudio financiero - La evaluación económica del proyecto - Plan de ejecución 	<ul style="list-style-type: none"> - Resumen ejecutivo - Descripción general de la compañía - Productos y servicios - Plan de Marketing - Plan de operaciones - Dirección y organización - Financiación y estructura de capital - Plan financiero
González Domínguez (2000)	Jiménez y Arroyo (2002)
<ul style="list-style-type: none"> - El plan de viabilidad de la idea - El plan estratégico - El plan de Marketing - Viabilidad económica y financiera - Trámites y acciones 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de la previabilidad * Idea de negocio y descripción de la empresa * Estudio del entorno: Investigación de mercados * Análisis DAFO - Diseño de la viabilidad * Planificación funcional * Plan de marketing * Viabilidad económica * financiera * Plan operativo de la nueva empresa
Nueno (2001)	Asignatura de creación de empresas en la U.V.
<ul style="list-style-type: none"> - Resumen ejecutivo - El concepto de negocio - La nueva empresa en su sector - El producto y su posible potenciación con productos o servicios relacionados - Tecnología (si procede) - El mercado y la competencia - Plan comercial - Plan de producción - Personal - Aspectos económicos - Financiación - Gestión de la Empresa - Plan detallado de lanzamiento de la empresa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Viabilidad de la idea 2. El Plan de empresa <ul style="list-style-type: none"> - Introducción - Plan estratégico - Plan de Marketing - Plan de operaciones - Plan de organización y RRHH - Planificación de la puesta en marcha - Plan económico - financiero

E. Cerver Romero, A. de la Torre Fernández

TABLA 2.
ESTRUCTURA DEL PROYECTO EMPRESARIAL DE DISTINTAS
INSTITUCIONES DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Ventanilla única Administraciones Publicas y Cámaras de Comercio	ANCES Asociación Nacional de CEEI Españoles (Centro Europeo de Empresas Innovadoras)
<ul style="list-style-type: none"> - Objetivo del proyecto, promotores - Descripción actividad de la empresa: producto/servicio - Estudio de mercado - Plan de Marketing - Plan de Producción - Localización - Organización Y RRHH - Estudio Económico - Financiero - Aspectos formales 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del proyecto - Definición del producto o servicio - Análisis del mercado - Plan de Marketing - Plan de operaciones - Plan de Organización y RRHH - Forma jurídica y agenda de constitución - Plan económico - financiero
Dirección Gral. de Política de la PYME	Emprendedores. Guías Prácticas (ESINE)
<ul style="list-style-type: none"> - Datos básicos del proyecto - Promotores del proyecto - Descripción de los productos/servicios - Plan de producción - Análisis del mercado - Plan de Marketing - Organización y Personal - Plan de inversiones - Previsión de Cuenta de Resultados - Financiación Prevista - Valoración del riesgo 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del proyecto - Plan de Marketing - Plan de Producción y Compras - Organización y Recursos Humanos - Área Jurídico - Fiscal - Área Económico Financiera

TABLA 3.
CONTENIDO DEL PROGRAMA DE CREACIÓN DE EMPRESAS

<p><i>Tema 0. La empresa, el empresario y el entorno</i></p> <p>0.1 La empresa. Concepto y tipos de empresas</p> <p>0.2 La pequeña empresa. Ventajas estratégicas</p> <p>0.3 El empresario. Concepto y evolución</p> <p>0.4 El entorno de la empresa</p>	<p><i>Tema 1. El emprendedor y la creación de empresas</i></p> <p>1.1 El emprendedor: cualidades y requisitos</p> <p>1.2 Requisitos esenciales para el éxito empresarial</p> <p>1.3 Principales causas del fracaso empresarial</p> <p>1.4 Formas de acceso a la actividad empresarial</p> <p>1.5 El proceso de creación de empresas: esquema general</p>
<p><i>Tema 2. Nacimiento y viabilidad de la idea</i></p> <p>2.1 La idea empresarial</p> <p>2.2 Como pueden surgir las ideas</p> <p>2.3 El plan de viabilidad de la idea</p> <p>2.4 La elección de la idea</p> <p>2.5 Contratación de las ideas</p> <p>2.6 Viabilidad de la idea</p>	<p><i>Tema 3. El proyecto de empresa</i></p> <p>3.1 El plan de empresa</p> <p>3.2 Características de un proyecto empresarial</p> <p>3.3 Ventajas de un proyecto empresarial</p> <p>3.4 Estructura del proyecto empresarial</p>
<p><i>Tema 4. Planificación del proyecto de empresa</i></p> <p>4.1 El plan estratégico</p> <p>4.2 El plan de marketing</p> <p>4.3 El Plan de operaciones</p> <p>4.4 El Plan de Organización y RR.HH.</p> <p>4.5 El Plan Económico - Financiero</p>	<p><i>Tema 5. La puesta en marcha de la empresa</i></p> <p>5.1 Agenda de constitución</p> <p>5.2 Aspectos legales</p> <p>5.3 Aspectos fiscales</p> <p>5.4 Contratación de personal y seguridad social</p> <p>5.5 Aspectos financieros</p>