



**UNIVERSIDAD CENTROCCIDENTAL LISANDRO ALVARADO  
DECANATO DE ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA**

**CREACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

Programa: Administración y Contaduría.

Departamento: Administración.

Area Curricular: Estudios Generales.

Eje Curricular: Pensamiento Heurístico.

Semestre: VII Código: 11573 - 22673

Carácter: Electiva Prelación: Haber aprob. VI semestre

Nº de horas: 03 teóricas - prácticas

Coordinador: Prof. Zahira Moreno F.

Profesores: Zahira Moreno F

Fecha de Elaboración: 1.999

Fecha de la última revisión: Octubre 2004

Lapso Académico: 2004-II

## **FUNDAMENTACIÓN**

Este programa de la asignatura Electiva II intenta dar una visión general de los diversos aspectos a considerar a la hora de crear una nueva empresa. Su contenido está orientado a establecer una base sólida en el proceso de formación del futuro profesional, brindándole una alternativa de convertirse en empleador en vez de empleado, es decir, puede iniciarse en su propio negocio y así generar nuevos empleos.

Este programa académico pretende proporcionar a los participantes una guía para la creación de empresas, despertando en ellos el interés de llevar adelante un proyecto empresarial, ya que para crear una empresa no es suficiente tener una buena idea, es necesario considerar una serie de aspectos de índole legal, administrativos y técnicos.

El contenido programático abarca tres unidades: La Unidad I, El empresario y la pequeña empresa, donde se estudian, discuten y analizan los conceptos y elementos resaltantes para establecer una base sólida de conocimientos sobre la pequeña y mediana empresa, como un sector de la economía nacional que requiere replantear sus estrategias de desarrollo.

La Unidad II, Opciones para la pequeña y mediana empresa en un mundo competitivo, se estudia la pequeña y mediana empresa enmarcándola en la dinámica del entorno en el cual se desenvuelve, además, se analizan los diferentes diagnósticos sobre el comportamiento de la pequeña y mediana empresa, realizados recientemente en el ámbito nacional y regional.

La Unidad III; Guía para la creación de pequeñas y medianas empresas, se describen las partes fundamentales de un proyecto empresarial, proporcionándole al emprendedor los indicadores necesarios para la toma de decisión sobre la puesta en marcha de la empresa, que posteriormente implica un conjunto de trámites legales.

## **OBJETIVO GENERAL**

Estimular en los participantes la generación de ideas de negocios, así como su formación empresarial, apoyado en una base de conocimientos que le permita la preparación de un plan de negocios, con el fin de crear una pequeña empresa.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Comprender que significa ser empresario y la importancia de la creación de pequeñas y medianas empresas para la reactivación económica del país
2. Identificar los elementos que caracterizan a la pequeña y mediana empresa.
3. Estudiar a la pequeña y mediana empresa en el entorno dinámico en el cual se desenvuelve
4. Distinguir entre algunas herramientas, técnicas y opciones estratégicas, utilizadas por las pequeñas y medianas empresas para alcanzar la competitividad
5. Analizar los diferentes diagnósticos, referentes al comportamiento de la pequeña y mediana empresa, realizados recientemente en el ámbito nacional y regional
6. Analizar los factores que determinan la competitividad de una empresa.
7. Elaborar un plan de negocios donde se describa, organice, cuantifique y evalúe todos los aspectos fundamentales para la creación de una empresa.
8. Analizar los requerimientos mínimos para la puesta en marcha de la empresa

<b>UNIDAD I:</b> El Empresario y la Pequeña y Mediana Empresa.		<b>OBJETIVO TERMINAL:</b> Estimular la generación de ideas de negocios y la creación de pymes.
<b>DURACIÓN:</b> 4 Semanas		<b>PONDERACIÓN:</b> 20%
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>ESTRATÉGIAS DE ENSEÑANZA- APRENDIZAJE</b>
<p>I. Comprender que significa ser empresario y la importancia de la creación de pequeñas y medianas empresas para la reactivación económica del país</p> <p>II. Identificar los elementos que caracterizan a la pequeña y mediana empresa.</p>	<p>Tema I:  El empresario y la PYME  Significado de empresario  Recompensa y riesgo de ser empresario  Cultura empresarial  Alternativas para iniciarse en un nuevo negocio  Definición de PYME  El proceso de creación de una PYME</p> <p>Tema II:  Caracterización de la pequeña y mediana empresa. PYME  Tipos  Características  Estrategias de desarrollo</p>	<p>Exposición del Profesor y de Expertos</p>

<b>UNIDAD II:</b> Opciones para la pequeña y mediana empresa PYME en un mundo competitivo		<b>OBJETIVO TERMINAL:</b> Analizar la PYME y su entorno
<b>DURACIÓN:</b> 6 Semanas		<b>PONDERACIÓN:</b> 40%
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>ESTRATÉGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE</b>
<p>I. Estudiar a la pequeña y mediana empresa en el entorno dinámico en el cual se desenvuelve</p> <p>II. Distinguir entre algunas herramientas, técnicas y opciones estratégicas, utilizadas por las pequeñas y medianas empresas para alcanzar la competitividad</p> <p>III. Analizar los diferentes diagnósticos, referentes al comportamiento de la pequeña y mediana empresa, realizados recientemente en el ámbito nacional y regional</p>	<p>Tema I Opciones para la PYME en un mundo Competitivo Políticas publicas dirigida a las PYME La globalización y la nueva competencia Rol de la pequeña y mediana empresa en los países en vías de desarrollo</p> <p>Tema II Competitividad de la pequeña y mediana empresa. PYME Definición Factores de evaluación</p> <p>Tema III Estrategias Estrategias individuales Estrategias colectivas Asociatividad</p> <p>Tema IV Investigaciones referentes al comportamiento de la pequeña y mediana empresa Investigaciones nacionales (IESA OCEI), Investigaciones regionales (TECNOPARQUE, FUDECO)</p> <p>Tema V Modelos que se utilizan para determinar la competitividad de una PYME.</p>	<p>Talleres</p> <p>Talleres</p>

<b>UNIDAD III:</b> Guía para la creación de pequeñas y medianas empresas		<b>OBJETIVO TERMINAL:</b> Conocer las etapas para la conformación formal de una PYME.
<b>DURACIÓN:</b> 6 Semanas		<b>PONDERACIÓN:</b> 40%
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA- APRENDIZAJE</b>
<p>I. Elaborar un plan de negocios donde se describa, organice, cuantifique y evalúe todos los aspectos fundamentales para la creación de una empresa</p> <p>II. Analizar los requerimientos mínimos para la puesta en marcha de la empresa</p>	<p>Tema I  Guía para la presentación de un plan de negocios  Estudio de Mercado  Estudio Técnico  Estudio Financiero  Estudio Económico</p> <p>Tema II: Forma jurídica de la empresa  Firma personal  Sociedad de responsabilidad limitada  Sociedad anónima  Otras formas de asociación menos comunes</p> <p>Tema III:  Fuentes de financiamiento: Internas - Externas</p> <p>Tema IV Obligaciones legales  Registro de la empresa  Patente de industria y comercio  Registro de la propiedad industrial cuando se quiere proteger una invención, un modelo, lema, nombre o denominación comercial de la empresa  Tramites específicos que deben realizarse para determinados tipos de empresa tales como la producción de alimentos, venta de comida, fabricación de productos farmacéuticos, explotación de minerales, entre otros.  Inscripción en los registros de proveedores de los organismos a los cuales se quiera ofrecer sus productos o servicios</p>	<p>Exposición del Profesor y de expertos</p>

## PLAN DE EVALUACIÓN

SEMANA	UNIDAD	OBJETIVO	ESTRATÉGIAS DE EVALUACIÓN			TIPO DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
			TÉCNICA	INSTRUMENTO	ACTIVIDADES		
1 -4	I	1y 2	Exposición del profesor y de expertos	Talleres	Discusión grupal	Sumatoria	20%
5 - 10	II	3,4,5,6	Proyecto	Talleres	Discusión grupal	Sumatoria Sumatoria	40%
11 - 16	III	7 y 8	Proyecto	Taller con el uso de software	Discusión grupal	Sumatoria	40%

### REFERENCIAS.

Charles L. Martín. **Inicie su propio negocio.** Grupo Editorial Ibero América, S.A. de C.V. 1994. México, DF.  
 Manuel Ludevid y Monserrat Olle. **Como crear su propia empresa.** Alfaomega, S.A. 1998 Santa fé – Bogota.  
 Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra. **Mejore su negocio.** Alfaomega, S.A.1995. Manual y Cuaderno de Trabajo. Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V. México, D.F.  
 Enciclopedia practica de la Pequeña y Mediana Empresa. PYME. Océano Grupo Editorial. 1999. Barcelona – España.  
 Montserrat Olle, Jordi Molina y otros. **El Plan de Empresas.** Alfaomega Grupo Editor. S.A. de C.V. 1998. México, D.F.