

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA¹

Curso académico: 2024/2025

Identificación y características de la asignatura			
Código ²	503052	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Creación de Empresas Turísticas		
Denominación (inglés)	Tourist Entrepreneurship		
Titulaciones ³	GRADO DE TURISMO		
Centro ⁴	Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo		
Semestre	7º	Carácter	Optativa
Módulo	Administración de Organizaciones Turísticas		
Materia	Administración de Organizaciones Turísticas		
Profesorado			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
	Nº 55	Nº 55	https://rafaelrobina.org/
Área de conocimiento	Organización de Empresas		
Departamento	Dirección de Empresas y Sociología		
Profesor/a coordinador/a ⁵ (si hay más de uno)			
Competencias ⁶			
1. COMPETENCIAS BÁSICAS			
CG1 - Poseer y comprender conocimientos que posibiliten la realización de tareas de responsabilidad en el ámbito del turismo.			
CG10 - Capacidad de innovación.			
CG11 - Adquisición de habilidades comunicativas orales y escritas.			
CG12 - Habilidades de aprendizaje que permitan al estudiante aprender de los problemas y le motiven a seguir una formación continua.			
CG13 - Motivación por la calidad.			
CG14 - Capacidad de organización personal. Gestión del tiempo.			
CG15 - Utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones.			
CG2 - Capacidad de análisis y de síntesis.			

¹ En los casos de planes conjuntos, coordinados, intercentros, pceos, etc., debe recogerse la información de todos los títulos y todos los centros en una única ficha.

² Si hay más de un código para la misma asignatura, ponerlos todos.

³ Si la asignatura se imparte en más de una titulación, consignarlas todas, incluidos los PCEOs.

⁴ Si la asignatura se imparte en más de un centro, incluirlos todos

⁵ En el caso de asignaturas intercentro, debe rellenarse el nombre del responsable intercentro de cada asignatura

⁶ Deben ajustarse a lo recogido en la memoria verificada del título.

CG3 - Capacidad de plantear y defender soluciones.
 CG4 - Capacidad de hacer presupuestos, planes, programas y estrategias (organización y planificación), en el ámbito del turismo.
 CG6 - Capacidad para trabajar en equipo.
 CG7 - Adquirir y desarrollar una actitud emprendedora
 CG8 - Capacidad para trabajar en entornos de presión.
 CG9 - Potenciar un compromiso ético con el trabajo

2. COMPETENCIAS GENERALES

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

3. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE11 - Conocer el procedimiento operativo del ámbito de alojamiento (CLBT20)

CE12 - Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración (CLBT21)

CE15 - Conocimientos a adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación (CLBT22)

CE22 - Gestionar los recursos financieros (CLBT10)

CE3 - Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico (CLBT24)

CE7 - Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas (CLBT14)

Contenidos⁶

Breve descripción del contenido

El objetivo de esta asignatura es formar al alumno en la metodología precisa para crear empresas y diseñar, implementar y controlar un proyecto de inversión, en todas sus fases,

en relación al mercado, la técnica, la viabilidad económica y financiera y sus aspectos socioeconómicos relacionados con el sector turístico. La asignatura se dividirá en tres créditos dedicados a la creación de empresas y organizaciones turísticas; y otros tres a realización de proyectos de inversión.

Temario de la asignatura

Denominación del tema 1: Emprendedor y empresa.

Contenidos del tema 1: identificación de oportunidades de negocio y la innovación, donde los estudiantes aprenden a detectar y evaluar ideas prometedoras. Se exploran las estrategias de creación y gestión de startups, incluyendo el diseño de planes de negocio y modelos financieros. También se profundiza en el liderazgo y la gestión de equipos, desarrollando habilidades para motivar y dirigir eficazmente. Además, se estudian aspectos legales y fiscales relevantes para la constitución y funcionamiento de empresas. La financiación de proyectos, incluyendo capital de riesgo y financiamiento colectivo, es otro tema clave. Finalmente, se promueve el desarrollo de una mentalidad emprendedora, fomentando la resiliencia, la adaptabilidad y la ética empresarial. Este programa integra teoría y práctica para preparar a los estudiantes para los desafíos del mundo empresarial contemporáneo.

Descripción de las actividades prácticas del tema 1: Preparación de un plan de empresa

Denominación del tema 2: La idea de negocio: nuevos yacimientos para la creación de empresas turísticas

Contenidos del tema 2: explora diversas temáticas clave para impulsar la innovación en el sector turístico. Se centra en la identificación y análisis de nuevas oportunidades de negocio, examinando tendencias emergentes y demandas cambiantes del mercado. Los estudiantes aprenden a desarrollar propuestas de valor únicas, diseñando productos y servicios turísticos innovadores. Se abordan estrategias de marketing digital y branding para atraer y fidelizar clientes en un entorno competitivo. Además, el programa incluye estudios sobre sostenibilidad y turismo responsable, promoviendo prácticas que minimicen el impacto ambiental y beneficien a las comunidades locales. También se profundiza en la gestión operativa de empresas turísticas, incluyendo la planificación financiera y la obtención de financiamiento. La formación se complementa con estudios de casos reales y proyectos prácticos, preparando a los estudiantes para crear y gestionar con éxito nuevas empresas en la industria del turismo

Descripción de las actividades prácticas del tema 2: Preparación de un plan de empresa

Denominación del tema 3: Modelos de negocio

Contenidos del tema 3: abarca una variedad de temáticas cruciales para comprender y desarrollar estructuras empresariales efectivas. Los estudiantes aprenden a identificar y diseñar modelos de negocio innovadores que aprovechen oportunidades de mercado. Se estudian componentes clave como la propuesta de valor, segmentación de clientes, canales de distribución, relaciones con clientes, y fuentes de ingresos. También se exploran diferentes tipos de modelos de negocio, como B2B, B2C, suscripción, y freemium, analizando sus ventajas y desafíos. El programa incluye análisis de casos de éxito y fracaso, proporcionando una comprensión práctica de cómo aplicar teorías en situaciones reales. Se enfatiza la importancia de la adaptabilidad y la innovación continua, enseñando a los estudiantes a pivotar sus modelos según las necesidades del mercado. Además, se incorporan herramientas y metodologías como el Business Model Canvas para estructurar y visualizar modelos de negocio de manera efectiva, preparando a los estudiantes para el entorno empresarial dinámico

Descripción de las actividades prácticas del tema 3: Preparación de un plan de empresa

Denominación del tema 4: El Plan de Empresa y metodologías ágiles (Lean Start-Up).

Contenidos del tema 4: aborda diversas temáticas esenciales para la creación y gestión eficiente de nuevas empresas. Los estudiantes aprenden a desarrollar planes de negocio detallados que incluyen análisis de mercado, estrategias de marketing, proyecciones financieras y planificación operativa. Se enfoca en el uso de metodologías ágiles, especialmente el enfoque Lean Start-Up, que promueve la experimentación rápida, el aprendizaje validado y la iteración continua para minimizar riesgos y optimizar recursos. Se estudian técnicas como el desarrollo de productos mínimos viables (MVP) y la recopilación de feedback de clientes para mejorar constantemente la oferta empresarial. Además, el programa incluye la gestión de proyectos ágiles, utilizando herramientas y prácticas que facilitan la adaptabilidad y la respuesta rápida a cambios del mercado. A través de estudios de caso y proyectos prácticos, los estudiantes adquieren habilidades para lanzar y escalar negocios de manera efectiva y sostenible.

Descripción de las actividades prácticas del tema 4: Preparación de un plan de empresa

Denominación del tema 5: El mercado. Plan comercial. Plan de marketing.

Contenidos del tema 5: abarca temáticas fundamentales para el desarrollo estratégico y comercial de una empresa. Los estudiantes aprenden a realizar análisis de mercado detallados, identificando segmentos de clientes, tendencias y oportunidades. Se profundiza en la elaboración de un plan comercial, que incluye la definición de objetivos de ventas, estrategias de distribución, y tácticas de precio y promoción. El plan de marketing es otra área clave, donde se desarrollan estrategias integrales que combinan el marketing mix (producto, precio, plaza y promoción) para posicionar eficazmente la marca y sus productos. Se estudian técnicas de marketing digital, incluyendo SEO, SEM, redes sociales y marketing de contenidos, para atraer y fidelizar clientes en el entorno digital. Además, el programa incluye el uso de métricas y herramientas de análisis para evaluar el rendimiento de las estrategias y ajustarlas según sea necesario, preparando a los estudiantes para enfrentar desafíos comerciales en diversos mercados.

Descripción de las actividades prácticas del tema 5: Preparación de un plan de empresa

Denominación del tema 6: Plan de producción y operaciones

Contenidos del tema 6: abarca temáticas esenciales para gestionar eficientemente la cadena de suministro y la producción en empresas. Los estudiantes estudian la planificación y programación de la producción, incluyendo técnicas para optimizar recursos y minimizar tiempos de entrega. Se exploran estrategias de gestión de inventarios, asegurando la disponibilidad de materias primas y productos acabados en niveles óptimos. Además, se analizan metodologías para mejorar la productividad y la calidad, como Lean Manufacturing y Six Sigma, enfocándose en la eliminación de desperdicios y la reducción de variabilidad en los procesos. El programa también cubre la gestión de la cadena de suministro, integrando proveedores y distribuidores de manera eficaz para garantizar una cadena logística fluida. A través de estudios de caso y proyectos prácticos, los estudiantes desarrollan habilidades para diseñar y gestionar operaciones que sean eficientes, flexibles y alineadas con las estrategias empresariales.

Descripción de las actividades prácticas del tema 6: Preparación de un plan de empresa

Denominación del tema 7: Plan económico-financiero

Contenidos del tema 7: se enfoca en equipar a los estudiantes con las habilidades necesarias para gestionar eficazmente los aspectos financieros de una empresa. Los participantes aprenden a elaborar proyecciones financieras detalladas, que incluyen estados financieros proforma, presupuestos de ingresos y gastos, así como análisis de liquidez y solvencia. Se estudian técnicas de valoración de inversiones y métodos para evaluar la rentabilidad de proyectos empresariales. Además, se exploran estrategias de financiamiento y fuentes de capital, como financiamiento propio, deuda y capital de riesgo, evaluando los costos y beneficios asociados. El programa también cubre temas de gestión del riesgo financiero, incluyendo el uso de derivados y estrategias de cobertura. A

través de casos prácticos y simulaciones, los estudiantes desarrollan la capacidad de tomar decisiones financieras informadas y estratégicas que contribuyan al crecimiento y la sostenibilidad de la empresa.

Descripción de las actividades prácticas del tema 7: Preparación de un plan de empresa

Denominación del tema 8: Plan de lanzamiento, puesta en marcha y contingencias

Contenidos del tema 8: prepara a los estudiantes para el proceso crucial de iniciar y gestionar nuevas empresas. Se exploran estrategias detalladas para el lanzamiento de productos o servicios al mercado, incluyendo la planificación de actividades de marketing, la coordinación logística y la gestión de recursos humanos. Se estudian metodologías para la gestión de proyectos durante la fase inicial, haciendo hincapié en la identificación y mitigación de riesgos potenciales a través de planes de contingencia efectivos. Los estudiantes aprenden a desarrollar modelos operativos flexibles y adaptativos que puedan ajustarse a cambios inesperados en el entorno empresarial. Además, se analizan casos de estudio y se realizan simulaciones para proporcionar experiencia práctica en la toma de decisiones estratégicas durante el lanzamiento y la operación inicial de nuevas empresas, preparándolos para enfrentar desafíos con confianza y eficiencia.

Descripción de las actividades prácticas del tema 8: Preparación de un plan de empresa

Actividades formativas⁷

Horas de trabajo del alumno/a por tema		Horas Gran grupo	Actividades prácticas				Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	CH	L	O	S	TP	EP
1	15	5						10
2	15	5						10
3	15	5						10
4	20	2				3		15
5	20	2				3		15
6	20	2				3		15
7	20	2				3		15
8	20	2				3		15
Evaluación⁸	5	5						
TOTAL	150	30				15		105

GG: Grupo Grande (85 estudiantes).

CH: Actividades de prácticas clínicas hospitalarias (7 estudiantes)

L: Actividades de laboratorio o prácticas de campo (15 estudiantes)

O: Actividades en sala de ordenadores o laboratorio de idiomas (20 estudiantes)

S: Actividades de seminario o de problemas en clase (40 estudiantes).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Metodologías docentes⁶

1. Clases expositivas de teoría y problemas: método expositivo que consiste en la presentación por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de

⁷ Esta tabla debe coincidir exactamente con lo establecido en la ficha 12c de la asignatura.

⁸ Indicar el número total de horas de evaluación de esta asignatura.

estudio. También incluye la resolución de problemas ejemplo por parte del profesor.
 2. Resolución de ejercicios y problemas: Método basado en el planteamiento de problemas por parte del profesor y la resolución de los mismos en el aula. Los estudiantes desarrollan e interpretan soluciones adecuadas a partir de la aplicación de procedimientos de resolución de problemas.

3. Estudio de casos; proyectos y experimentos: análisis intensivo y completo de un caso real, proyecto, simulación o experimento con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y, a veces, entrenarse en los posibles procedimientos alternativos de solución.

Aprendizaje a través del aula virtual. Descripción: Situación de enseñanza/aprendizaje en la que se usa un ordenador con conexión a la red como sistema de comunicación entre profesor y estudiante e incluso entre los estudiantes entre sí y se desarrolla un plan de actividades formativas.

Resultados de aprendizaje⁶

Será capaz de RA7.1. Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.

RA7.2. Conocer el marco legal que regula las actividades turísticas.

RA7.3. Trabajar con los procedimientos operativos del ámbito de alojamiento.

RA7.4. Trabajar con los procedimientos operativos del ámbito de restauración.

RA7.5. Trabajar con los procedimientos operativos de las empresas de intermediación.

RA7.6. Gestionar los recursos financieros.

Sistemas de evaluación⁶

Examen: prueba individual que puede adoptar diferentes formas (desarrollo o respuesta larga, respuesta corta, tipo test, ejercicios, problemas, etc.) o ser unacombinación de estas. Valoración: 60% de la nota final.

2. Participación activa en el aula: Valoración: 10% de la nota final.

3. Elaboración de trabajos y su presentación (casos prácticos, proyectos, etc.). Valoración: 30% de la nota final.

Solo la elaboración de trabajos son recuperables.

La elección entre la modalidad de evaluación continua o la modalidad de evaluación global corresponde al estudiante, que debe comunicarlo al profesor mediante un espacio que encontrará en el campus virtual **durante el primer cuarto del período de impartición de las clases** hasta el último día del periodo de ampliación de matrícula, si este acaba después. En dicho espacio se debe elegir la modalidad de evaluación para la convocatoria ordinaria y también para la convocatoria extraordinaria. En caso de ausencia de solicitud expresa por parte del estudiante, la modalidad asignada será la de evaluación continua.

Para aquellos alumnos que no sigan la asignatura durante el curso, el plan docente de la asignatura prevé para todas las convocatorias una prueba final alternativa de carácter global, de manera que la superación de ésta supone la superación de la asignatura. En este caso, el examen constará de una prueba (teórica y/o práctica), dirigida a valorar la comprensión y relación de los conceptos teóricos, así como la resolución de ejercicios y supuestos, razonando su ejecución e interpretando los resultados. La ponderación será del 100% sobre la calificación final.

Se aplicará el sistema de calificaciones vigente en cada momento; actualmente, el que aparece en el RD 1125/2003, artículo 5º. Los resultados obtenidos por el alumno en

cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: 0 - 4,9: Suspenso (SS), 5,0 - 6,9: Aprobado (AP), 7,0 - 8,9: Notable (NT), 9,0 - 10: Sobresaliente (SB). La mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

Este apartado está regulado por la Normativa de Evaluación <http://doe.gobex.es/pdfs/doe/2020/2120o/20062265.pdf>, en cuyo articulado se describen las modalidades de evaluación (art. 4) y las actividades y criterios de evaluación (art. 5). Para su calificación final, el estudiante podrá elegir una de las dos modalidades de evaluación contempladas en la normativa.

Bibliografía (básica y complementaria)

- Bermejo, M; De la Vega, I (2003): Crea tu propia empresa. Estrategias para su puesta en marcha y supervivencia. McGrawHill /Interamericana de España S.A.U. Madrid.
- Martín Rojo, Inmaculada (1998): Economía y Administración de Empresas Turísticas. Ed. Universidad de Málaga.
- NUENO PEDRO. (2006); Emprendiendo hacia el 2010. Una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas" Ediciones Deusto.
- Veciana, J.M. (2005): "La creación de empresas. Un enfoque gerencial". Servicio de Estudios de La Caixa. Colección Estudios Económicos. Barcelona
- Freire Andy (2005): Pasión por Emprender. De la idea a la cruda realidad. Ed. Granica.
- Hernández, R.; Hernández, J.M. (1999): Del Cero al Éxito. El caso del emprendedor español. Ed. Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones.
- Hernández Mogollón, R.; Díaz Casero, J.C. Sanchez Escobedo, M.C.; Postigo Jiménez (2008): Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo 2007 Extremadura.
- Díaz Casero, J.C. (2002): "La Creación de Empresas. Revisión histórica de teorías y escuelas". Ed. La Coria. Trujillo (Cáceres).
- Hisrich, R.D., Peters, M.P. y Shepherd, D.A. (2005): "Entrepreneurship. Emprendedores". McGraw Hill. Madrid.
- Arnal, J.C. y Almiron, N. (2003): "Creación de empresas: los mejores textos". Ariel. Barcelona.
- Barros, M. (1998): "Cómo crear su propia empresa". Ed. Pirámide. Madrid.
- Bermejo, M. y de la Vega, I. (2003): "Crea tu propia empresa. Estrategias para su puesta en marcha y supervivencia". McGraw-Hill e Instituto de Empresa. Madrid.
- Cañadas, M. (1996): "Cómo crear empresas rentables". Gestión 2000. Barcelona.
- Chinchilla, N. et al. (1999): "Emprendiendo en femenino". Ed. Gestión 2000. Barcelona
- Doppler, S. (1997): "Mil ideas de negocio: Guía para trabajar por cuenta propia". Eds. Delfín. Madrid.
- El País (1996): "Historias de éxito. Empresas y empresarios que saben hacer las cosas". Aguilar. Madrid.
- Fanjul, J.L. (1993): "La decisión de crear una empresa". EDAEM. Madrid.
- Gil, M.A. y Giner, F. (1997): "Cómo crear y hacer funcionar una empresa: Conceptos e instrumentos". ESIC. Madrid F.E.E.
- Gaspar, J. (2006): "El plan de continuidad de negocio: guía práctica para su elaboración". Díaz de Santos. Madrid.
- Gómez, J.M., Galiana, D., Mira, I. y León, D. (2002): "Manual para la creación de empresas por universitarios". UMA. Elche.
- Grant, R.M. (1996): "Dirección Estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones". Ed. Civitas, Madrid.

- Hermida, J. y Vesga, A. (1999): La buena suerte en los negocios. Ed. Temas de Hoy. Madrid.
- López, M.P. (1997): "Creación de empresas: la necesidad del proyecto de empresa". Universidad de Vigo. Servicio de Publicaciones. Vigo.
- Maqueda, J. (2003): "Tu propia empresa: un reto personal manual útil para emprendedores". ESIC. Madrid.
- Mateo, R., y Sagarra, R. (2004): "Creación de Empresas. Teoría y Práctica. Editorial McGraw-Hill.
- Mcintosh, R.W., Goeldner C.R. y Ritchie, J.R. (1999): "Turismo: planeación, administración y perspectivas". Ed. Wiley.
- Ollé, M. (1997): "El plan de empresa: cómo planificar la creación de una empresa". Marcombo Boixareu. Barcelona.
- Soufi, S. (1997) (Ed. Lit.): "Manual práctico de creación de empresas". BBV. Madrid.
- Todoli, F. (2006): "Creación de empresas paso a paso". CISS. Madrid.
- Gómez, J.M., Galiana, D., Mira, I. y León, D. (2002): "Manual para la creación de empresas por universitarios". UMA. Elche.
- Universidad Miguel Hernández (2002): "Manual para la creación de empresas por universitarios". UMA. Elche.

Direcciones de Internet de interés

- <http://www.bya.es> Barbadillo y Asociados (Guía de Franquicias)
- <http://www.camaramadrid.es> Cámara de Comercio de Madrid
- <http://www.camerdata.es/esp/home.html> Consejo Superior de Cámaras de Comercio Industria y Navegación de España
- <http://www.cemad.es> Colegio de Economistas de Madrid
- <http://www.ceoe.es> Confederación Española de Organizaciones Empresariales
- <http://www.cez.es/sacme> Confed. Empresas de Zaragoza. Sº. Apoyo a la Creación de Microempresas
- <http://www.creaara.org> CREARA. Fundación San Telmo
- <http://www.createca.com/> Espacio virtual para el emprendedor
- <http://www.emprendo.com/> El portal del emprendedor
- <http://www.emprendedoras.com/> Comunidad virtual de mujeres emprendedoras de habla hispana
- <http://www.eoi.es> Escuela de Organización Industrial
- <http://www.emprendedores.vizzavi.es/emprende> Revista Emprendedores
- <http://www.ine.es/> Instituto Nacional de Estadística
- <http://www.infonomia.com/> Para entender la empresa en red
- <http://www.ipyme.org> Dirección General de Política de la Pyme
- <http://www.lafactoriadeinternet.com/> Punto de encuentro entre capital e ideas
- <http://www.loshornoslp.com.ar/capacitacion/emprendedores.htm> Guía para emprendedores
- <http://www.megaconsulting2000.com/planempresa.htm> Plan de empresa propuesto por Megaconsulting 2000 Asesores
- <http://www.odiseaweb.com> Foro de emprendedores
- <http://www.pymes-online.com/> Boletín digital de información para la PYME
- <http://www.seg-social.es> Secretaría de Estado de la Seguridad Social
- <http://www.servicom.es/ajemad/empresa> Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid
- <http://www.soyentrepreneur.com/> Revista digital sobre el mundo del emprendedor
- http://www.state.co.us/gov_dir/obd/Contenidos.htm Centro de asistencia

- para pequeños negocios: guía sobre como iniciar un negocio
- <http://www.ventanillaempresarial.org/> Ventanilla Única Empresarial
 - <http://www.winred.com/> Información y artículos sobre el mundo empresarial
 - <http://yeo.org> Young Entrepreneurs' Organization
 - <http://www.camerdata.es/esp/home.html> C. Sup. Cámaras Comercio Industria y Navegación de España
 - <http://www.enterskills.net/esp/index.htm> Servidor europeo de Know-How para Pymes
 - <http://www.iaf.es> Instituto Aragonés de Fomento
 - <http://www.bya.es> Barbadillo y Asociados (Guía de Franquicias)
 - <http://www.cez.es/sacme> Confederación de Empresas de Zaragoza. Servicio de Apoyo a la Creación de Microempresas
- <http://interpyme.com> Pymes en la red

Otros recursos y materiales docentes complementarios