



**VNiVERSiDAD
D SALAMANCA**



CÁTEDRA DE EMPRESA FAMILIAR

MEMORIA DE ACTIVIDADES CURSO ACADÉMICO 2009-2010

Patrocinadores



SUMARIO

1. PRESENTACIÓN

2. ACTIVIDAD INVESTIGADORA

2.1 PUBLICACIONES EN REVISTAS CIENTÍFICAS

2.2 PUBLICACIONES EN DOCUMENTOS DE TRABAJO

2.3 ESTANCIAS EN CENTROS EXTRANJEROS

2.4 PARTICIPACIÓN EN CONGRESOS

2.5 PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN FINANCIADOS

2.6 TESIS DOCTORALES LEIDAS

2.7 CONFERENCIAS IMPARTIDAS POR EL DIRECTOR DE LA CÁTEDRA

2.8 ORGANIZACIÓN DE EVENTOS RELEVANTES

3. ACTIVIDAD DOCENTE.

3.1. ASIGNATURA DE LIBRE ELECCIÓN: Organización y Gestión de la Empresa Familiar

3.2. BUSINESS SCHOOL

4. ACTIVIDAD DE DIFUSIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR

4.1 CONFERENCIAS

4.2 PÁGINA WEB

4.3 NOTICIAS

5. RELACIÓN CON OTRAS CÁTEDRAS

5.1 ASISTENCIA A LOS ACTOS ORGANIZADOS POR EL INSTITUTO DE EMPRESA FAMILIAR

5.2 RELACIÓN CON OTRAS CÁTEDRAS DE LA RED

6 RELACIÓN CON EMPRESAS

6.1 RELACIÓN CON EMPRESAS DE LA ASOCIACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

6.2 RELACIÓN CON EMPRESAS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DOCENTE

7 ACTIVIDADES PREVISTAS PARA EL PRÓXIMO CURSO.

7.1. PREVISIÓN DE ACTIVIDAD INVESTIGADORA

7.2. PREVISIÓN DE ACTIVIDAD DOCENTE

7.2.1. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR

7.2.2. MBA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS FAMILIARES

7.3. PREVISIÓN DE ACTIVIDADES PARA LA DIFUSIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR

7.4. PREVISIÓN DE RELACIÓN CON OTRAS CÁTEDRAS Y EMPRESAS

1. PRESENTACIÓN

La Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Salamanca, promovida por Empresa Familiar Castilla y León y patrocinada por el Banco Santander, realiza actividades investigadoras, docentes y de difusión de la empresa familiar. En esta memoria se recogen las diferentes actividades desarrolladas por la mencionada Cátedra a lo largo del curso académico 2009-2010.

Desde el punto de vista investigador, destacan las estancias de investigación en universidades de prestigio como London Business School y The University of Leeds. Respecto a publicaciones, se ha logrado publicar en revistas de alto impacto en el Journal Citation Report, como por ejemplo en Journal of International Business Studies, con un impacto de 2,99. También por segunda vez se obtuvo el Premio al mejor trabajo en el Congreso de International Family Enterprise Research Academy.

En cuanto a la docencia, destaca el MBA en Dirección de Empresas Familiares, que se ha desarrollado en su segunda edición con un notable éxito, a juzgar por el nivel de satisfacción de alumnos y empresas. Además, se ha impartido una asignatura de libre elección: Organización y Gestión de la Empresa Familiar. Dentro de la actividad docente destaca la organización de 46 Seminarios de Experiencia y Contacto Empresarial, 100 sesiones de la Business School y el Family Business Symposium, con la intervención de Julian Frank Professor de London Business School.

Finalmente, se ha realizado una intensa actividad de difusión de la empresa familiar. En este apartado destacan las diversas jornadas con empresarios tanto a nivel de Castilla y León en la jornadas organizadas por Empresa Familiar Castilla y León como a nivel de la provincia de Salamanca con al menos una reunión el primer lunes de los meses impares. En la actividad de difusión cabe destacar que la Cátedra ha generado en los últimos años 47 noticias. También la Cátedra de Empresa Familiar ha realizado jornadas para empresarios, entre las que destacamos la realizada junto al Banco de Santander el día 5 de abril del 2010.

Sin duda, debo terminar la presentación de esta memoria dando las gracias a todas las personas, instituciones y empresas que a lo largo del curso académico nos han ayudado en el desarrollo de las actividades que aparecen en la memoria. Por una parte, destaco el apoyo constante del Instituto de la Empresa Familiar y la Universidad de Salamanca. Especial mención merecen el Banco Santander y Empresa Familiar Castilla y León que, además de patrocinio, nos apoyaron en la organización de las actividades. Finalmente, un agradecimiento muy especial merecen los empresarios y directivos que con su trabajo diario dan sentido a las actividades de la Cátedra y además hicieron un hueco en sus apretadas agendas para hacernos partícipes de sus inquietudes y experiencias.



Julio Pindado García
Director Cátedra de Empresa Familiar
Universidad de Salamanca

2. ACTIVIDAD INVESTIGADORA

2.1 PUBLICACIONES EN REVISTAS CIENTÍFICAS

- Hillier, D., Pindado, J; Queiroz, V. y de la Torre, C. (2010) "The Impact of Country-level Corporate Governance on Research and Development". *Journal of International Business Studies*, in press.
- Pindado, J; Queiroz, V. y de la Torre, C. (2010) "How do Firm Characteristics Influence the Relationship between R&D and Firm Value?" Vol. 39, No 2, pp. 757-782.
- Pindado, J. y de la Torre, C. (2009) "The Effect of Ownership Structure on Underinvestment and Overinvestment: Empirical Evidence from Spain". *Accounting & Finance*. Vol. 49, No. 2, pp. 363-383.
- Bastos, R. y Pindado, J. (2009) "Trade credit, creditor protection and accounting standards: evidence from an international sample". *Revista de Economía Financiera*, 2009, No. 17, pp. 10-33.

2.2 PUBLICACIONES EN DOCUMENTOS DE TRABAJO

PINDADO, J.; REQUEJO, I. y DE LA TORRE, C.

Título: Family control and the investment–cash flow sensitivity: Empirical evidence from the Euro zone. *Ref.:* Unpublished Working Paper, Universidad de Salamanca.

Clave: Working Paper (WP) *Fecha:* 2009.

PINDADO, J.; REQUEJO, I. y DE LA TORRE, C.

Título: The effect of family control on the corporate dividend policy: An empirical analysis of the Euro zone. *Ref.:* Unpublished Working Paper, Universidad de Salamanca.

Clave: Working Paper (WP) *Fecha:* 2010.

2.3 ESTANCIAS EN CENTROS EXTRANJEROS

CLAVE: D = doctorado, P = postdoctoral, I = invitado, C = contratado, O = otras (especificar).

Centro: Saïd Business School (University of Oxford)

País: Reino Unido *Fecha:* 06/09/2008 *Duración (meses):* 3.
hasta 06/12/2008

Tema: The effect of family control on the firm's investment decision.

Clave: D *Investigador:* Ignacio Requejo

Centro: London Business School (University of London)

País: Reino Unido *Fecha:* 01/09/2009 *Duración (meses):* 10.
hasta 30/06/2010

Tema: Do family firms differ from their non-family counterparts in terms of their capital structure and dividend payout policy?

Clave: D *Investigador:* Ignacio Requejo

2.4 PARTICIPACIÓN EN CONGRESOS

PONENCIA NÚMERO 12

Tipo de participación: PONENCIA “Family control and the investment–cash flow sensitivity: Empirical evidence from the Euro zone” (Pindado, Requejo y de la Torre). *Premiado con el GEEF Best Policy-oriented Research Paper Award.*

Congreso: 10th Annual International Family Enterprise Research Academy Conference.

Lugar de celebración: Lancaster (United Kingdom). AÑO: 2010

Carácter: Internacional.

PONENCIA NÚMERO 11

Tipo de participación: PONENCIA “Family control and the investment–cash flow sensitivity: Empirical evidence from the Euro zone” (Pindado, Requejo y de la Torre).

Congreso: 2010 EFMA Annual Conference.

Lugar de celebración: Aarhus (Denmark). AÑO: 2010

Carácter: Internacional.

PONENCIA NÚMERO 10

Tipo de participación: PONENCIA “How does family control affect companies’ dividend policies? An empirical analysis of nine Eurozone countries” (Pindado, Requejo y de la Torre).

Congreso: III Accounting & Finance PhD Symposium.

Lugar de celebración: Prato (Italy). AÑO: 2010

Carácter: Internacional.

PONENCIA NÚMERO 9

Tipo de participación: PONENCIA “The effect of family control on the corporate dividend policy: An empirical analysis of the Euro zone” (Pindado, Requejo y de la Torre).

Congreso: Family Business Symposium.

Lugar de celebración: Salamanca (Spain). AÑO: 2010

Carácter: Internacional.

PONENCIA NÚMERO 8

Tipo de participación: PONENCIA INVITADA “The effect of family control on the corporate dividend policy: An empirical analysis of the Euro zone” (Pindado, Requejo y de la Torre).

Congreso: Accounting & Finance Seminars.

Lugar de celebración: Leeds University Business School (United Kingdom). AÑO: 2010

Carácter: Internacional.

PONENCIA NÚMERO 7

Tipo de participación: PONENCIA INVITADA “Family control and the investment–cash flow sensitivity: Empirical evidence from the Euro zone” (Pindado, Requejo y de la Torre).

Congreso: Finance PhD Seminars.

Lugar de celebración: London Business School (United Kingdom). AÑO: 2010

Carácter: Internacional.

PONENCIA NÚMERO 6

Tipo de participación: PONENCIA “Family control and the investment–cash flow sensitivity: Empirical evidence from the Euro zone” (Pindado, Requejo y de la Torre).

Congreso: XVII Foro de Finanzas.

Lugar de celebración: IESE, Madrid (Spain). AÑO: 2009

Carácter: Internacional.

PONENCIA NÚMERO 5

Tipo de participación: PONENCIA “Family control and the investment–cash flow sensitivity: Empirical evidence from the Euro zone” (Pindado, Requejo y de la Torre).

Congreso: II Accounting & Finance PhD Symposium.

Lugar de celebración: Prato (Italy).

AÑO: 2009

Carácter: Internacional.

PONENCIA NÚMERO 4

Tipo de participación: PONENCIA INVITADA “Family control and the investment–cash flow sensitivity: Empirical evidence from the Euro zone” (Pindado, Requejo y de la Torre).

Congreso: Jornada sobre Gobierno de la Empresa.

Lugar de celebración: Salamanca (Spain).

AÑO: 2009

Carácter: Nacional.

PONENCIA NÚMERO 3

Tipo de participación: PONENCIA “Do family firms outperform non-family ones? A panel data analysis of Western European corporations” (Pindado, Requejo y de la Torre).

Congreso: 2009 EFMA Annual Conference.

Lugar de celebración: Milano (Italy).

AÑO: 2009

Carácter: Internacional.

PONENCIA NÚMERO 2

Tipo de participación: PONENCIA “Do family firms outperform non-family ones? A panel data analysis of Western European corporations” (Pindado, Requejo y de la Torre).

Congreso: 2009 FMA Annual Meeting.

Lugar de celebración: Reno (Nevada, USA).

AÑO: 2009

Carácter: Internacional.

PONENCIA NÚMERO 1

Tipo de participación: PONENCIA INVITADA “La empresa familiar ante la crisis”.

Congreso: I International Research Symposium in Behavioral Finance and Accounting. “Financial crisis: The European solutions”

Lugar de celebración: León (Spain).

AÑO: 2009

Carácter: Internacional.

2.5 PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN FINANCIADOS

PROYECTO NÚMERO 3

Programa: “Corporate Governance: A Special Focus on Family Business”.

Centro de aplicación y años: Facultad de Economía y Empresa. (2011-2013).

Financiación: Ministerio de y Ciencia e Innovación. Dirección General de Investigación y del Plan I+D+I.

Investigador Principal: Julio Pindado García.

PROYECTO NÚMERO 2

Programa: “Gobierno de la Empresa y Finanzas Corporativas”.

Centro de aplicación y años: Facultad de Economía y Empresa. (2008-2010).

Financiación: Junta de Castilla y León.

Investigador Principal: Alberto de Miguel Hidalgo.

PROYECTO NÚMERO 1

Programa: “Efecto del gobierno corporativo en las decisiones financieras”.

Centro de aplicación y años: Facultad de Economía y Empresa. (2007-2010).

Financiación: Ministerio de Ciencia y Tecnología. Dirección General de Investigación.

Investigador Principal: Julio Pindado García

2.6 TESIS DOCTORALES LEIDAS

Título: **Corporate Governance in Family Firms. Effects of Family Control on Firm Value and Corporate Financial Decisions.**

Doctorando: Ignacio Requejo Puerto.

Universidad: Salamanca.

Facultad/Escuela: Economía y Empresa.

Fecha: Fecha de lectura el 18/11/2010. Aprobada por Consejo de Departamento el 27/09/2010.

Calificación: Pendiente de lectura. Doctorado Europeo y con Mención de Calidad.

Título: **A trade credit explanation based on the agency theory, legal factors and credit contagion.**

Doctorando: Rafael Rabelo Bastos.

Universidad: Salamanca.

Facultad/Escuela: Economía y Empresa.

Fecha: Julio 2010

Calificación: Apto Cum Laude por Unanimidad. Doctorado con Mención de Calidad.

Título: **Research and Development, Market Valuation and Cash Flow Sensitivity: The influence of firm’s characteristics and corporate governance factors.**

Doctorando: Valdoceu de Queiroz Pereira.

Universidad: Salamanca.

Facultad/Escuela: Economía y Empresa.

Fecha: Junio 2010

Calificación: Apto Cum Laude por Unanimidad. Doctorado Europeo y con Mención de Calidad.

Título: **Diversification Strategies and Firm Value: Causes and Consequences. International Evidence.**

Doctorando: Antonio Galván Vera.

Universidad: Salamanca.

Facultad/Escuela: Economía y Empresa.

Fecha: Marzo 2010

Calificación: Apto Cum Laude por Unanimidad. Doctorado Europeo y con Mención de Calidad.

Título: **The catering theory of dividends: the moderating role of firm characteristics, corporate governance factors and corporate ownership.**

Doctorando: Elisabete Duarte Neves.

Universidad: Salamanca.

Facultad/Escuela: Economía y Empresa.

Fecha: Marzo 2010

Calificación: Apto Cum Laude por Unanimidad. Doctorado Europeo y con Mención de Calidad.

2.7 CONFERENCIAS IMPARTIDAS POR EL DIRECTOR DE LA CÁTEDRA

Organismo: ECOMT, A&G y Grupo Prado.

Centro: Centro de Negocios Grupo Prado

Conferencia: “Patrimonio y Empresa Familiar”

Lugar y fecha: Salamanca, 28 septiembre de 2010.

Organismo: Universidad de León.

Centro: Departamento de Economía y Administración de Empresas.

Seminario: “La empresa familiar ante la crisis”

Lugar y fecha: León, 3 de febrero de 2009.

2.8. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS RELEVANTES

Evento: Family Business Symposium

Conferencia: “The Life Cycle of Family Ownership: International Evidence”

Keynote Speech: Professor Julian Franks

3. ACTIVIDAD DOCENTE.

3.1. ASIGNATURA DE LIBRE ELECCIÓN: Organización y Gestión de la Empresa Familiar

- **Créditos de Libre Elección:** 6
- **Cuatrimestre:** Segundo

Durante el curso académico 2009-2010 la cátedra impartió la asignaturas “Organización y Gestión de la Empresa Familiar “ que contó con 14 alumnos.

Objetivos:

En la asignatura se persiguen la consecución de objetivos cognoscitivos, actitudes y destrezas.

En cuanto al aspecto cognoscitivo, el objetivo que, con carácter general, se pretende alcanzar es fundamentalmente uno: *que el alumnado comprenda la problemática específica de las empresas familiares, incidiendo en los aspectos críticos de la dirección de este tipo de organizaciones.* Este objetivo básico puede concretarse en los siguientes objetivos específicos:

1º.- Lograr que el alumno conozca la problemática específica de las empresas familiares, incidiendo en los aspectos críticos de la dirección y gestión de estas entidades.

2º.- Proporcionar al alumnado elementos de juicio suficientes para que logre la comprensión del negocio familiar: perspectivas de sistemas, cultura y fases en su evolución.

3º.- Lograr que el alumnado entienda cómo debe realizarse la transición desde la dirección *entrepreneurial* a la profesional.

4º.- Conseguir que el alumnado comprenda los fundamentos de los conflictos y relaciones familiares.

5º.- Proporcionar al alumno los elementos jurídicos que afectan a la empresa familiar

6º.- Que el alumnado entienda las cuestiones organizativas de la empresa familiar, incluyendo la planificación financiera, dirección estratégica de la empresa.

Los objetivos sobre actitudes y destrezas pueden resumirse en:

1º.- Suscitar en el alumnado una actitud activa, crítica, reflexiva y abierta hacia los conocimientos a los que está teniendo acceso.

2º.- Desarrollo en el alumnado de unas determinadas capacidades (analíticas, sintéticas, reflexivas, operativas) necesarias para actuar en el mundo de las empresas familiares. Esto implica

que aquél debe ser capaz de trasladar los conocimientos que recibe a situaciones concretas con las que va a enfrentarse.

3º.- Desarrollar la capacidad del alumnado para el trabajo en equipo.

4º.- Impulsar el desarrollo de destrezas de negociación en el alumnado.

5.- Inculcar en el estudiante una actitud positiva hacia el mundo de la empresa familiar y convencerle de que la formación que está recibiendo le proporciona un arma poderosa que, a la vez que supone una diferenciación respecto de otros profesionales, le permitirá enfrentarse con éxito a los problemas relacionados con la dirección de las empresas familiares.

Finalmente, la docencia de la asignatura se impartirá con base en el sistema de créditos ECTS, de acuerdo con el Espacio Europeo de Educación Superior. Por lo que la docencia se organizará en sesiones teóricas y prácticas. En las primeras, el profesor impartirá los contenidos teóricos de cada bloque temático, utilizando para ello la bibliografía recomendada y materiales auxiliares que facilitará a los alumnos (apuntes, cuadros explicativos, gráficos, datos estadísticos, apéndices normativos, etc). En cualquier caso, el profesor fomentará la participación activa de los alumnos en las sesiones teóricas y utilizará para sus explicaciones ejemplos y casos prácticos. De otra parte, las sesiones prácticas se fundamentan en dos pilares. El primer pilar, es el uso del método del caso, que llevará a alumnos y profesor a analizar y discutir casos prácticos. El segundo pilar, es la participación de empresarios y profesionales, vinculados a la Asociación de Empresa Familiar, con quienes se discutirá acerca de la experiencia de su empresa familiar.

Temario:

Tema 1. La Empresa Familiar

Tema 2. Órganos de Gobierno de la Empresa Familiar

Tema 3. Responsabilidad Social Corporativa en la Empresa Familiar

Tema 4. Creación de Empresas Familiares

Tema 5. Aspectos Civiles de la Empresa Familiar

Tema 6. Aspectos Fiscales de la Empresa Familiar

Tema 7. Protocolo de la Empresa Familiar

Tema 8. Estrategias y Estructuras de la Empresa Familiar

Tema 9. Alternativas de Financiación y Estructura Financiera de la Empresa Familiar

Bibliografía básica.

1. Casillas, J.C.; Díaz, C. y Vázquez, A. (2005): *La Gestión de la Empresa Familiar*. Editorial Thomson.
2. Corona Ramón, Juan, (2005): *Manual de la Empresa Familiar*, Deusto Ediciones, S.A.
3. Pérez Rodríguez, M. J. (Dir.) (2007): *Fundamentos en la Dirección de la Empresa familiar: emprendedor, empresa y familia*, Editorial Thomson.

3.2. BUSINESS SCHOOL

Nuestra Cátedra organiza una Business School dando la oportunidad a nuestros alumnos de recibir clases impartidas en Salamanca por profesores de prestigiosas Business Schools como por ejemplo: London Business School (University of London), Said Business School (Oxford University) y Leeds University Business School (University of Leeds). Estas clases intentan complementar las habilidades de los alumnos para discutir temas en Ingles. Téngase en cuenta que en un entorno globalizado desarrollar estas habilidades puede dar una ventaja competitiva a las empresas que contratan estos alumnos. En este módulo intervendrán todos los años con bastantes sesiones Professor David Hillier y Professor Kevin Keasy de Leeds University Business School. En la pasada edición esta serie de seminarios se cerró con el número 100 impartido por Professor Julian Franks de London Business School. En las ediciones del 2010 se han producido las siguientes seminarios que han tenido una duración de una o dos horas y la metodología utilizada ha sido la discusión interactiva de los alumnos con el profesor.

Business School			
Session	Title	Professor	Business School
Session 100	The Life Cycle of Family Ownership	Julian Franks	<i>London Business School, University of London, UK</i>
Session 99	Underpricing of Initial Public Offerings (IPOs)	Aydin Ozkan	<i>Hull University Business School University of Hull, UK,</i>
Session 98	Case: Bruce Macfarlane	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 97	Case: Prof Neil Meredith	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 96	Finances: interpreting financial performance and raising capital	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 95	Case: Steve Woodford	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 94	Case: Adnan Awan	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 93	Processes: managing operations, technologies and controls	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 92	Case: Deirdre Bounds	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 91	Marketing: challenges of entrepreneurial	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 90	Case: Tim Lockett	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 89	Markets: understanding customers and competition	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 88	Case: Victoria Tomlinson	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>

Session 87	People: leading teams and networks	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 86	Case: Jonathan Hick	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 85	Founders: understanding entrepreneurs	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 84	Case: Steve Pankhurst	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 83	Case: Lucy Nicholson	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 82	Opportunities: nurturing creativity and innovation	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 81	Case: Mark Robinson	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 80	Visions: creating new ventures	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 79	Case: Helen Child	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 78	Introduction: the many faces of entrepreneurship	Nigel Lockett	<i>Bradford University School of Management, University of Bradford, UK</i>
Session 77	Axioms of Ethical Behaviour	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 76	Responsibilities of the Board	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 75	Corporate Social Responsibility (CSR)	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 74	Insider Trading and Accounting in Spain	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 73	The Role of Stakeholders	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 72	Corporate Tunneling	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 71	Control Mechanisms	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 70	Board Structures	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 69	Legal Systems and Investor Protection	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 68	Responsibilities of the Board	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 67	Right of Shareholders	Allan Hodgson	Leeds University Business

			School, University of Leeds, UK
Session 66	Corporate Governance in Family Firms	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 65	Principle 6: Responsibilities of the Board	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 64	Principle 5: Disclosure and Transparency	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 63	Principle 4: The Company - Stakeholder Agency Relationship	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 62	Principle 3: The Majority Shareholder – Minority Shareholder Relationship	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 61	Principle 2: The Manager-Shareholder Agency Relationship	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 60	Principle 1: Macro Corporate Governance	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 59	Corporate Governance: Principles and Models	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 58	The Evolution of Corporate Governance	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 57	Corporate Organisations Around the World	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 56	Regulation and Corporate Governance	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 55	Unitary v's Dual Board Structures	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 54	Linking Pay to Performance	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 53	Implications from the Global Financial Crisis	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 52	What is Corporate Governance?	Allan Hodgson	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 51	Marketing international: coordination problems and strategies	Michael Schugk	University of Applied Sciences Ansbach; Germany
Session 50	Marketing international: market entry strategies	Michael Schugk	University of Applied Sciences Ansbach; Germany
Session 49	Marketing international: market selection decisions	Michael Schugk	University of Applied Sciences Ansbach; Germany
Session 48	Marketing international: integrative view	Michael Schugk	University of Applied Sciences Ansbach; Germany
Session 47	Limits to the use of debt	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 46	Limits to the use of debt	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 45	Capital structure	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 44	Determinants of cost of capital	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK

Session 43	Decision Trees	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 42	Real Options	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 41	Integrating risk on the investment decision	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 40	Investment of Unequal Lives	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 39	Capital Investment Decisions	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 38	Investments models	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 37	Growth opportunities and The Dividend Growth model	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 36	Approaches for Valuing Shares	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 35	How Taxes Affect Dividends and Share Repurchases	Ian Clacher	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 34	Approaches for Valuing Bonds	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 33	Discounted Cash Flow Models	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 32	Corporate Finance Approaches	David Hillier	Leeds University Business School, University of Leeds, UK
Session 31	Different aspects of banking risk across Europe	Kevin Keasy	Leeds University Business School, University of Leeds, UK

4. ACTIVIDAD DE DIFUSIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR

4.1 CONFERENCIAS

Nombre: Juan Pérez Campanero

Cargo: Economista jefe del Dpto Tesorería B. Santander.

Conferencia: Análisis de la perspectiva económica y situación de mercados

Fecha: 05/04/10

Nombre: M^a José Sánchez Sánchez

Cargo: Directora de Convenios Banco Santander.

Conferencia: Nuevas líneas de Financiación(ICO)

Fecha: 05/04/10

Nombre: Pablo Muñoz Gallego

Cargo: Director de la Cátedra Jóvenes Emprendedores-Bancaja de la Universidad de Salamanca.

Conferencia: El papel del emprendedor en la empresa familiar

Fecha: 05/02/10

Nombre: José Carlos Sánchez

Cargo: Director de la Cátedra de Emprendedores Banco Santander de la Universidad de Salamanca.

Conferencia: Aspectos Civiles de la empresa familiar

Fecha: 26/02/10

Nombre: Eduardo Carabias García

Cargo: Consejero Delegado de ECOMT SIGMA S.A.
Conferencia: Protocolo y sucesión en la Empresa Familiar
Fecha: 26/03/10

Nombre: Belén Lozano García
Cargo: Coordinadora académica del MBA en Dirección de Empresas Familiares.
Conferencia: Responsabilidad social Corporativa en la Empresa Familiar.
Fecha: 05/03/10

Nombre: M^a Victoria Carabias Huete
Cargo: Socia Directora de ECOMT SIGMA S.A.
Conferencia: Aspectos Fiscales de la Empresa Familiar
Fecha: 07/05/10

Nombre: Fernando Martínez Maestre
Cargo: Socio Director de Landwell (PricewaterhouseCoopers)
Conferencia: “Salidas profesionales para Licenciados en Derecho: Oferta de Landwell (PricewaterhouseCoopers)”
Fecha: 15/10/09

Nombre: Fernando Martínez Maestre
Cargo: Socio Director de Landwell (PricewaterhouseCoopers)
Conferencia: “Salidas profesionales para Licenciados en ADE y Economía: Oferta de Landwell (PricewaterhouseCoopers)”
Fecha: 15/10/09

4.2 PÁGINA WEB

La Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Salamanca dispone de una página web donde se puede encontrar información detallada de nuestras actividades. www.usal.es/catedraef. En tan sólo dos años hemos recibido 10.736 visitas, lo que ha supuesto una gran difusión de nuestras actividades y de la imagen de nuestros patrocinadores.

La página web contiene información relativa a la Cátedra de Empresa Familiar y sus actividades. En concreto, en ella se puede encontrar información del MBA en Dirección de Empresas Familiares donde destacan los siguientes apartados: presentación, contenido, proceso de admisión, campus virtual, equipo docente, empresas colaboradoras, becas y premios, prácticas remuneradas, trabajo fin MBA, contacto con antiguos alumnos, preguntas más frecuentes. Además en nuestra página se ofrece información de relación con empresas, cursos de verano, asignatura de libre elección e investigación realizada por la cátedra.

4.3 NOTICIAS

A continuación presentamos una relación de las noticias generadas por la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Salamanca. En la numeración hemos omitido las que no corresponde a este curso académico. El resto de las noticias se pueden consultar en nuestra página web www.usal.es/catedraef donde puede descargarse el pdf de la noticia según ha sido publicada o solicitarse a catedraef@usal.es.

Noticia 47: El 1 de octubre del 2010 La Gaceta recoge la conferencia de Fernando Martínez Maestre, Socio Director de Landwell-PricewaterhouseCoopers, para explicar la oportunidades de los recién licenciados en esta empresa.

Noticia 46: El 1 de octubre del 2010 El Adelanto recoge la conferencia de Fernando Martínez Maestre, Socio Director de Landwell-PricewaterhouseCoopers, con el titular “Apoyo de la Cátedra de Empresa Familiar a jóvenes licenciados”.

Noticia 45: El 1 de octubre del 2010 Tribuna de Salamanca publica un reportaje con el titular “Landwell firma un convenio con la Cátedra de Empresa Familiar” donde habla de la conferencia de Fernando Martínez Maestre, Socio Director de Landwell-PricewaterhouseCoopers, para explicar las becas-contrato que ofrecen a los recién titulados. Además, resalta que “El mejor despacho fiscal se España ofrece becas-contrato a los recién licenciados que pasen las pruebas de selección, a los que pagará el master del Usal y además serán contratados.

Noticia 44: El 26 de septiembre del 2010 Tribuna de Salamanca publica un reportaje con el titular “El master de la Empresa Familiar tiene el respaldo de 64 compañías”. Además, resalta que las empresas que colaboran con la Universidad en la obtención del título otorgan becas-contrato.

Noticia 43: El 24 de septiembre 2010 La Gaceta en un artículo titulado “Al servicio de la empresa” pone de manifiesto la vocación de servicio de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Salamanca, promovida por Empresa familiar Castilla y León y financiada por el Banco Santander.

Noticia 42: El 24 de septiembre 2010 El Adelanto hace una edición especial sobre enseñanza y publica el MBA como una opción a tener en cuenta a la hora de decidir qué master estudiar en un artículo que lleva como titular “MBA DEF, tu conexión con la empresa”.

Noticia 41: En el N° 171 de agosto del 2010 Castilla y León Económica publica un reportaje sobre la clausura de la Business School del MBA en Dirección de empresas Familiares con la intervención del Profesor Julian Franks de la London Business School.

Noticia 40: El 6 de julio 2010 la Gaceta recoge la participación del Profesor Julian Franks de la London Business School en el MBA en Dirección de Empresas Familiares.

Noticia 39: El 1 de julio del 2010, Tribuna de Salamanca publica las conclusiones del Profesor Julian Franks de la London Business School sobre por que las empresas dejan de pertenecer a grupos familiares durante su participación en el Family Business Symposium.

Noticia 38: En el N° 170 de julio del 2010 Castilla y León Económica publica un reportaje sobre la graduación de la 2ª promoción del máster en Dirección de Empresas Familiares de la Universidad de Salamanca.

Noticia 37: En el N° 169 de junio del 2010 Castilla y León Económica publica un reportaje en el que refleja la intensa actividad que a nivel investigador, docente y relación con las empresas desarrolla la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Salamanca.

Noticia 36: El 28 de mayo 2010 La Gaceta recoge la celebración del Día de la Empresa Colaboradora en un artículo en el que destaca la entrega de bandas y becas a la 2ª promoción del máster en Dirección de Empresas Familiares.

Noticia 35: El 28 de mayo 2010 El Adelanto recoge la celebración del Día de la Empresa Colaboradora en un artículo que hace referencia las fortalezas de las empresas familiares en épocas de crisis.

Noticia 34: El 28 de mayo 2010 Tribuna de Salamanca recoge la celebración del Día de la Empresa Colaboradora en un artículo que hace referencia a que el Máster de Empresa Familiar reforzará la formación en inglés.

Noticia 33: El 16 de mayo 2010 Tribuna Universitaria publicó un artículo sobre el MBA en Dirección de Empresas Familias en el que califica al MBA DEF, un título universitario que conecta a los alumnos con la empresa.

Noticia 32: El 14 de noviembre del 2009 Tribuna de Salamanca publica un artículo sobre el presupuesto de la Cátedra de Empresa Familiar que es aportado por el Banco de Santander (24.000 euros) y por Empresa Familiar Castilla y León (3.00 euros). También se detallan las actividades que realiza la Cátedra destacando el MBA en Dirección de Empresas Familiares

Noticia 31: El 18 de octubre del 2009 Tribuna de Salamanca publica un artículo en el que explica porque el MBA en Dirección de Empresas Familiares ofrece una “Formación con garantías de éxito”.

Noticia 30: En el N° 160 de septiembre del 2009 Castilla y León Económica publica un reportaje sobre el MBA en Dirección de empresas Familiares e informa de la entrega de bandas a los alumnos de la primera promoción.

Noticia 29: El 25 de septiembre del 2009 La Gaceta en un artículo titulado “Relevancia y rigor para formar directivos” examina como la estructura del MBA en dirección de Empresas Familiares es similar a las de las mejores Escuelas de Negocios que todas surgen de la mano de una Universidad.

Noticia 28: El 11 de septiembre del 2009 El adelanto publica un reportaje sobre el MBA en Dirección de Empresas Familiares con el titular “Un MBA que conecta con la empresa”.

5. RELACIÓN CON OTRAS CÁTEDRAS

5.1 ASISTENCIA A LOS ACTOS ORGANIZADOS POR EL INSTITUTO DE EMPRESA FAMILIAR

17-02-2010. Reunión semestral de la Red de Cátedras de Empresa Familiar.

14-09-2010. Reunión semestral de la Red de Cátedras de Empresa Familiar

5.2 RELACIÓN CON OTRAS CÁTEDRAS DE LA RED

Además de la relación con las Cátedras de Empresa Familiar de las Universidades de Castilla y León se mantiene una relación de colaboración con otras Cátedras de Empresa Familiar en España entre las que destacan: Universidad de Almería, Universidad de las Islas Baleares, Universidad de Oviedo y Universidad del País Vasco.

6 RELACION CON EMPRESAS

6.1 RELACIÓN CON EMPRESAS DE LA ASOCIACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

La Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Salamanca presta especial atención a la relación con los asociados a Empresa Familiar Castilla y León que desarrolla su actividad en el ámbito de la Universidad de Salamanca. En este apartado destaca la participación representantes de las empresas en sesiones de experiencia y contacto empresarial. A continuación aparecen los correspondientes a este curso académico. Una relación completa de los mismos puede consultarse, en nuestra página web www.usal.es/catedraef donde puede descargarse el pdf de la noticia según ha sido publicada o solicitarse a catedraef@usal.es.

46º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 16 de Junio de 2010

Invitado: D. Santiago Sousa, Presidente del Grupo Commoziona

Título: Gestión de la marca personal.

45º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 2 de Junio de 2010

Invitado: D. Alejandro Llorente, Presidente de Collosa

Título: ¿Cómo liderar personas?

44º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Lunes 17 de Mayo de 2010

Invitado: D. Fernando Piérola, Socio Director P&M Consultores

Título: Gestionar efectivamente tu tiempo

43º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Martes 18 de Mayo de 2010

Invitado: D. Fernando Piérola, Socio Director P&M Consultores

Título: Usa el liderazgo.

42º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Martes 11 de mayo de 2010

Invitado: D. Jesús Camarero.

Título: Las actuaciones a desarrollar por las empresas ante una inspección de la Agencia Tributaria

41º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Martes 4 de mayo de 2010

Invitado: D. Javier Fernández Martín, Consejero Delegado del Grupo BMC Maderas

Título: Alianzas estratégicas.

40º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 21 abril de 2010

Invitado: Óscar Carabias, Socio Director ECOMT.

Título: Fusiones y adquisiciones de empresas.

39º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Martes 13 abril de 2010

Invitado: D. Pablo López Romano. Director de Personas y Organización Centro Corporativo Repsol.

Título: Gestión de recursos humanos en una empresa multinacional: el caso del Grupo Repsol

38º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Martes 23 de marzo 2010

Invitado: Grupo de actores profesionales

Título: "El futuro de los Ferrer"

37º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 17 de marzo 2010

Invitado: Adán Carrizo González-Castell, Director del Taller de Oratoria y Debate de la Universidad de Salamanca

Título: "Cómo hablar en público y en reuniones de negocio"

36º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 10 de marzo 2010

Invitado: Eduardo Estévez Gudino, Director General de Empresa Familiar Castilla y León.

Título: Características de los líderes empresariales: El caso de los presidentes de Empresa Familiar Castilla y León.

35º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Martes 9 de marzo de 2010

Invitado: Julio Pindado

Título: "Cómo afectan las situaciones familiares a las empresas".

34º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 3 de marzo de 2010

Invitado: D. Alberto Alvarez, Consejero Delegado del Grupo Antonio Álvarez

Título: "7 errores a no cometer en la Gestión del Crecimiento en una Empresa Familiar".

33º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 24 de febrero 2010

Invitado: D. David Herguedas Simón, Director de RRHH, HR Manager, Gadea Pharmaceutical Group

Título: "La entrevista de competencias".

32º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Martes 23 de febrero de 2010

Invitada: Isabel Cid. Directora de Recursos Humanos del Grupo Norte.

Título: "Selección de Personal".

31º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 17 de febrero 2010

Invitado: D. Javier González Benito

Título: "Navision Axapta 3.0. (Introducción práctica a los sistemas ERP: Navision Axapta 3.0)".

30º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 10 de febrero 2010

Invitado: D. David Herguedas Simón, Director de RRHH, HR Manager, Gadea Pharmaceutical Group.

Título: “Team Building”.

29º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 3 de febrero de 2010

Invitado: D. Diego Rodríguez, Consejero Delegado del Grupo INZAMAC.

Título: “Responsabilidad Social Corporativa: El caso INZAMAC”.

28º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Martes 2 de febrero de 2010

Invitado: D. Miguel Calvo Consejero Delegado del Grupo Norte

Título: “Responsabilidad Social Corporativa: El caso Grupo Norte”.

27º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 27 de enero de 2010

Coordinado por Belén Lozano, Coordinadora Académica del MBA DEF

Título: “El caso Enron”.

26º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 20 de enero de 2010

Coordinado por Belén Lozano

Invitada: Montserrat Hidalgo y Ana Riesco. De Coaching y Procesos de Desarrollo.

Título: “Lider Coach: Coaching de equipos para transformar tiempos de crisis en tiempos de oportunidades”.

25º Seminario de experiencia y contacto empresarial. Miércoles 13 de enero de 2010

Invitado: D. David Muñoz Alvarez. Director de Operaciones de Mirat Combustibles S.L.U.

Título: “Ideas para un óptimo aprovechamiento de los períodos docente y empresa en el MBA DEF”.

El Director de la Cátedra de Empresa Familiar asiste a todas las reuniones y jornadas organizadas por Empresa Familiar Castilla y León, donde además de aprovechar los conocimientos transmitidos en las diferentes sesiones intercambia impresiones con los representantes de las empresas familiares que asisten a las mencionadas reuniones y jornadas.

Otra actividad complementaria que se desarrolla desde la Cátedra de Empresa Familiar son reuniones en la universidad o en el centro de trabajo de la empresa con empresas con la finalidad de conocer sus inquietudes y experiencias; en concreto nos hemos reunido con las siguientes empresas: Industrias Cárnicas Iglesias S.A., Grupo Andrés Neumáticos, Grupo Dibaq, Grupo Global Exchange, Grupo INZAMAC, Grupo MRS, Hijo de Nicolás Benito S.A., Jamón Salamanca, Julian Marin, S.A., Manzano S.L, Plásticos Durex, S.A., Revisan, y Zaldi Sillas de Motar, S.A.

Además, el primer lunes de todos los meses impares el director de la cátedra se reúne con los miembros de la asociación de empresa familiar que tienen su actividad en Salamanca para intercambiar impresiones sobre la marcha de la economía y las empresas familiares.

6.2 RELACIÓN CON EMPRESAS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DOCENTE

Además, el Director de la Cátedra ha mantenido diversas reuniones en la universidad o en el centro de trabajo de la empresa con empresas y organizaciones con la finalidad de mejorar la calidad docente; en concreto nos hemos reunido con las siguientes empresas: Asociación Española de Ejecutivos de Finanzas, Cámara de Comercio e Industria de Ávila, ECOMT Sigma S.A., Grupo Conmoziona, y Plásticos Dúrex, S.A.

7 ACTIVIDADES PREVISTAS PARA EL PRÓXIMO CURSO.

7.1. PREVISIÓN DE ACTIVIDAD INVESTIGADORA

El equipo de investigación de la Cátedra de Empresa Familiar seguirá desarrollando su actividad investigadora con la premisa de elaborar una investigación de calidad que pueda ser difundida en congresos y revistas científicas de prestigio. Para ello nos apoyaremos en los proyectos de investigación vigentes y en el contacto con otros equipos de investigación dando prioridad a las estancias de investigación en otros centros de reconocido prestigio.

7.2. PREVISIÓN DE ACTIVIDAD DOCENTE

7.2.1. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR

Durante el próximo curso se impartirá la asignatura de libre elección Organización y Gestión de la Empresa Familiar durante el segundo cuatrimestre y con 6 créditos.

7.2.2. MBA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS FAMILIARES

Adicionalmente se impartirá el MBA en Dirección de Empresas Familiares en su tercera edición desde el 7 de enero hasta finales de diciembre de 2011. A continuación, se detalla información del mencionado MBA que está adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior y consta de 60 créditos ECTS.

7.2.2.1. PRESENTACIÓN

En España más del 85% de las empresas activas son empresas familiares, las cuales proporciona el 75% del empleo. Estas cifras, publicadas por el Instituto de Empresa Familiar (<http://www.iefamiliar.com/empresafam/datos.asp>), ponen de manifiesto la necesidad que tienen los directivos de las empresas de adquirir un mínimo conocimiento de la Empresa Familiar. La razón es muy sencilla, si extrapolamos las cifras anteriores existe una probabilidad del 75% de trabajar en una Empresa Familiar y, en caso contrario, el 85% de las empresas con las que se relacione en el ejercicio de su actividad directiva serán Empresas Familiares.

En este contexto, surge la idea de la necesidad de un MBA en Dirección de Empresas Familiares, que en la primera y segunda edición ha sido un éxito, a juzgar por la opinión de alumnos y empresas colaboradoras. Ante todo se trata de un MBA (Master in Business Administration), por lo que el alumno adquirirá técnicas de dirección de empresas que son aplicables a cualquier empresa. Pero a diferencia de los demás, en este máster el alumno comenzará estudiando las especificidades de la Empresa Familiar de manera que podrá utilizar estos conocimientos en tres contextos. En primer lugar, en el propio MBA cuando aborde los 16 restantes módulos que acompañan al primero. En segundo lugar, si al final el alumno termina trabajando en una empresa familiar (con el 75% de probabilidad). En tercer lugar, cuando el alumno ejerza la actividad directiva el 85% de las empresas con las que se relacione serán Empresas Familiares.

Otra característica distintiva del MBA que te presentamos hace referencia a la colaboración de empresas en todos los ámbitos del MBA desde la docencia a las prácticas remuneradas. El MBA está dividido en módulos coordinados, en su mayor parte, por profesores de la Universidad de Salamanca que se encargan del diseño de los contenidos a desarrollar, garantizando la calidad de éstos. Sin embargo, en todos los módulos la mayoría de los profesores son profesionales de la empresa que aportan la visión profesional al MBA.

El MBA tiene dos módulos electivos, de manera que podrá elegir entre Business English o Leader Coach. En el primero se persigue mejorar de manera sustancial el nivel de inglés de los alumnos. Además el alumno que lo desee al final del MBA podrá realizar la prueba de nivel de mayor prestigio en el mundo de los negocios conocida como BULATS (Business Language Testing

Service). En el módulo Leader Coach se pretende facilitar al alumno herramientas que le ayuden en el ejercicio de la actividad directiva.

Además, el MBA cuenta con dos módulos optativos que contribuyen sustancialmente a la formación de los alumnos son: Business School (donde el alumno podrá debatir con profesores de prestigiosas escuelas de negocio sobre temas actuales de gestión empresarial) y Prácticas Remuneradas (como primer paso para la carrera profesional de los alumnos que no tengan contrato).

Finalmente, el MBA también contará con al menos 44 horas de experiencia y contacto empresarial, en estas sesiones participarán representantes de las empresas colaboradoras (empresarios y directivos de reconocido prestigio).

7.2.2.2. DIRIGIDO A

El máster está concebido como un programa MBA que capacita para desarrollar actividades directivas a la siguiente tipología de alumnos:

- Titulados universitarios que recién terminada su carrera deseen complementar la formación recibida con una especialización en dirección de empresas eminentemente práctica que les facilitará la inserción laboral, además de darles la oportunidad de realizar prácticas remuneradas en empresas como primer paso para el desarrollo de una carrera profesional en el mundo de la dirección de empresas.
- Profesionales de la dirección de empresas que después de un período de trabajo en la empresa deseen actualizar y contrastar sus conocimientos sobre dirección de empresas. En este caso el objetivo del MBA será impulsar sus carreras profesionales permitiéndoles asumir nuevas responsabilidades.
- Asesores y consultores de dirección de empresas que deseen acceder a una revisión sistemática y rigurosa de sus conocimientos. En este caso el objetivo del MBA será complementar sus criterios de actuación con los de prestigiosos profesionales, además les permitirá un mejor conocimiento de las necesidades de sus clientes y, en definitiva, les permitirá aumentar los servicios ofrecidos a las empresas y sobre todo la calidad de éstos.

7.2.2.3. OBJETIVOS

- Proporcionar una visión teórico-práctica de la dirección de empresas.
- Dotar al alumno de instrumentos y herramientas de apoyo a la toma de decisiones en la empresa.
- Capacitar al alumno para el trabajo en equipo, aprendiendo a tomar el papel de líder y la relación con los subordinados.
- Proporcionar al alumno capacidad de análisis de problemas y situaciones, y la posterior toma de decisiones en función de cada situación.
- Favorecer el desarrollo por parte de los alumnos de habilidades directivas, como, por ejemplo, liderazgo, resolución de conflictos, inteligencia emocional, planificación de actividades, control de estrés y negociación.
- Proporcionar al alumno la capacidad para la creación y desarrollo de empresas.
- Capacitar al alumno para poder presentar cuentas ante un “Consejero Delegado” y justificar como directores, los buenos o malos resultados obtenidos y la planificación realizada para la empresa.
- Proporcionar a los alumnos capacidad para identificación, evaluación y desarrollo de proyectos.

7.2.2.4. METODOLOGÍA

La metodología utilizada es eminentemente práctica, excepto en los módulos Trabajo Fin MBA, Business English, Leader Coach, Prácticas en Empresas y Business School, en el resto de los módulos se utilizará el método del caso. Usted puede solicitar a la Dirección del MBA (catedraef@usal.es), los detalles de este proceso metodológico. En todo caso se explicará en las primeras sesiones del MBA:

- El Método del Caso es la metodología más adecuada para el estudio de todas las áreas funcionales de la empresa. Esta metodología sitúa al alumno en situaciones reales en la que debe tomar decisiones en diferentes contextos, y además debe aprender a explicar el porque de estas decisiones.
- Se tratará de asignar en cada caso un papel a cada alumno (role playing) para que el alumno se habitúe a situaciones que se producen en la empresa. Por lo que el alumno aprenderá a organizar su tiempo y trabajo y a superar la presión a la que habitualmente se somete a los directivos.
- Los casos se preparan individualmente, después en equipo y posteriormente son discutidos en clase bajo la guía del profesor.
- Los alumnos son divididos en pequeños grupos. Los equipos están compuestos por alumnos considerando criterios de formación, origen, experiencia, lo que facilita la interacción entre los alumnos que deben complementarse como si estuvieran desarrollando su actividad en una organización empresarial.
- El número de alumnos será muy reducido (ver proceso de admisión), lo que permitirá una enseñanza personalizada, donde las tutorías juegan un importante papel en el proceso de aprendizaje.
- Los primeros días los alumnos recibirán varias sesiones donde se les explicará cómo aprender con casos.
- El claustro de profesores antes de comenzar el MBA también se reúne para debatir estrategias de mejoras en la enseñanza con casos.

7.2.2.5. CONTENIDOS

El MBA en Dirección de Empresas Familiares está adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior y tiene una carga lectiva de 60 créditos ECTS. Un crédito ECTS es la unidad de medida de tiempo que por termino medio el alumno debe dedicar para realizar el MBA. Como referencia para un alumno medio cada crédito ECTS supondría 25 horas de dedicación (incluyendo todo tipo de actividades).

Con la excepción de los módulos Trabajo Fin MBA, Business English, Leader Coach, Prácticas en Empresas y Business School, el resto de los módulos presentará una distribución de cada crédito ECTS como sigue:

A) 8 horas de clases presenciales, que se distribuirán como sigue:

A1. 6 horas de clases en las que se desarrollaran los contenidos siguiendo la metodología del caso con el apoyo de Notas Técnicas.

A2. 40 minutos de tutorías de apoyo.

A3. 1 hora de contacto directo con la actividad empresarial mediante discusiones con empresarios y directivos en el aula y en los casos que resulte más formativo esta actividad se realizará en las instalaciones de la empresa.

A4. 20 minutos de pruebas de evaluación.

B) 17 horas de trabajo no presencial del alumno, que dedicará a la asimilación de las Notas Técnicas, la Discusión de los Casos y preparación de las pruebas de evaluación.

Para el módulo de Business English se dividirá a los alumnos en varios grupos en función de su nivel previo de Inglés, por lo que serán grupos muy reducidos no siendo necesario destinar

tiempo a pruebas de evaluación, ya que ésta será 100% evaluación continua. También se suprimirán las actividades A.2 y A.3 del apartado A. Finalmente, las horas de clase se incrementarán a 10 horas por crédito ECTS.

El módulo Leader Coach contará con 30 horas presenciales más una sesión de Coaching personalizada para cada alumno. La evaluación será 100% continua dado el enfoque eminentemente práctico y participativo que tiene el módulo.

El módulo Business School tendrá una metodología variable en función de los temas de actualidad que se vayan a abordar. En todo caso, tendrá un enfoque práctico y participativo con evaluación continua.

El módulo de Prácticas en Empresas tendrá una evaluación continua realizada conjuntamente por el tutor de la empresa y por el tutor que se asigne en el MBA.

El módulo Trabajo Fin MBA consistirá en trabajo personal del alumno dirigido por un profesor del MBA, que realizará tutorías con el alumno con una duración mínima de 12 horas.

En resumen, el MBA consta de 18 módulos, de los cuales los 13 primeros (Del Módulo I al Módulo XIII) son obligatorios. El alumno deberá elegir uno entre los Módulos XIV y XV. Finalmente, los Módulos 0, XVI y XVII son voluntarios.

MBA en Dirección de Empresas Familiares			
Módulo	Título	Contenido	ECTS
0	Aprende con casos (Aditivo)	El método del caso La curva de la dificultad y las tres etapas del aprendizaje Preparación individual del caso Discusión en grupos reducidos Discusión del caso en el aula	1
I	Empresa Familiar y Gobierno de la Empresa	Características de la Empresa Familiar Órganos de gobierno de la empresa Planificación del proceso de sucesión Protocolo familiar Ética en los negocios: Responsabilidad social corporativa Códigos de buen gobierno de la empresa	3
II	Tecnologías de la Información para la Empresa	Herramientas TIC para la productividad personal. Infraestructura tecnológica de una empresa: hardware y software, redes y comunicaciones de datos. Seguridad de los sistemas informáticos. Sistemas tecnológicos que dan soporte al sistema de valor de la empresa: sistemas ERP y ERP extendidos. Organización de la función de sistemas y tecnologías de la información en la empresa. Gestión de proyectos de implantación de tecnologías de la información en la empresa.	3
III	Dirección de Recursos Humanos	Plan de carrera profesional La gestión de recursos humanos en la empresa Prácticas de gestión del stock de capital humano en la empresa Prácticas de gestión del flujo de capital humano en la empresa Análisis del trabajo Rediseño de puestos Reclutamiento y selección de capital humano Formación y desarrollo de capital humano Evaluación y gestión del desempeño Auditoría del capital humano	4
IV	Habilidades Directivas y	Liderazgo Motivación	6

	Técnicas de Negociación	Comunicación Trabajo en equipo Gestión de la diversidad y del conflicto Creatividad y aprendizaje Habilidades de un experto en negociación Planificación estratégica de la negociación. La negociación individual y en equipo.	
V	Dirección Estratégica	Las funciones directivas: decisiones y estrategias Ventaja competitiva: qué es y cómo se consigue Análisis del entorno: entorno genérico y sectorial Análisis interno: los recursos y capacidades de la empresa Estrategias competitivas: enfoque, liderazgo en costes y diferenciación Estrategias de desarrollo Determinación del tamaño y dimensión vertical de la empresa. Internacionalización de la empresa	4
VI	Dirección Contable y Control de Gestión	Papel del controler en la empresa Sistema de información contable Cuentas Anuales e información voluntaria Consolidación contable de grupos de empresas Sistemas de costes para el análisis y toma de decisiones. Organización por centros de responsabilidad (Centros de costes y de beneficios). Los precios de transferencia. Control Presupuestario	4
VII	Fiscalidad	Impuesto de Sociedades Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas Transmisión del patrimonio empresarial Planificación fiscal en la empresa Reorganización de grupos de empresas	3
VIII	Dirección de Operaciones y Calidad	Planificación estratégica de las operaciones Decisiones estructurales e infraestructurales en el área de operaciones Gestión de la cadena de suministros Gestión de operaciones respetando el medio ambiente Gestión de la calidad Certificación de sistemas de calidad	3
IX	Dirección Financiera	Papel del director financiero en la empresa Valor del dinero en el tiempo Fuentes de financiación y coste para la empresa Elección de la estructura financiera adecuada Elección de la política de dividendos adecuada Gestión de tesorería Gestión del crédito comercial Crecimiento empresarial sostenible Gestión de patrimonios familiares	4
X	Dirección Comercial	Gestión de relaciones con el cliente (CRM) Estrategia de marketing Comportamiento de compra Decisiones operativas de marketing (marketing mix: comunicación, producto, distribución, promoción) Investigación de mercados	4

		Previsión de ventas Plan de marketing (análisis de situación, definición de objetivos, selección de estrategias, política comercial)	
XI	Dirección y Viabilidad de Proyectos	Papel del analista de proyectos en la empresa Identificación de proyectos, selección, planificación, ejecución, seguimiento y control Magnitudes que definen el proyecto y su previsión Métodos de valoración de proyectos Casos especiales en la valoración de proyectos de inversión Consideración de la incertidumbre en la valoración de proyectos Selección de proyectos aplicando decisiones secuenciales y opciones reales Dirección de Proyectos según el estándar internacional del PMI: Enfoque PMBOK Dirección de Proyectos (desde principio a fin) Valoración de la empresa y de la riqueza de sus accionistas	4
XII	Creación de Empresas e Innovación	Idea del negocio y plan de empresa Plan de negocio Estructura legal de la empresa Innovación en la empresa Distintos planteamientos y desarrollos de casos de creación de empresas	2
XIII	Proyecto Fin MBA	Desarrollo de un proyecto en el que se pongan de manifiesto las habilidades directivas adquiridas a lo largo de los módulos previos del máster. Este proyecto será dirigido por un profesor del MBA.	12
XIV	Business English (electivo)	El objetivo principal del curso es profundizar en los conocimientos de la lengua inglesa que más se valoran en el mundo de la empresa, haciendo especial hincapié en las destrezas de comprensión y expresión orales. Estos conceptos se pondrán en práctica mediante actividades que faciliten la comprensión y expresiones orales en las cuales los alumnos/as deberán participar de forma activa. El curso se impartirá en varios niveles de aprendizaje que se establecerán mediante una prueba de nivel. Al final del MBA el alumno que lo desee realizará el examen BULATS (Business Language Testing Service).	4
XV	Leader Coach (electivo)	Coaching de Equipos para transformar tiempos de crisis en tiempos de oportunidades Habilidades, Hábitos, PNL (Programación Neurolingüística) , Inteligencia Emocional, Liderazgo y Coaching en Relaciones Humanas Liderazgo de uno mismo (autoliderazgo) y liderazgo de equipos El papel del Directivo, Leader y Leader Coach Herramientas para convertirse en un Leader-coach y conseguir los mejores resultados Identificación, proceso de cambio y entrenamiento de nuevas creencias, actitudes y hábitos saludables Técnicas y modelos de toma de decisiones para adaptarse a imprevistos Superar el estrés en la empresa: alineación de lo que pensamos con lo que sentimos y hacemos	4

XVI	Prácticas en Empresas (voluntario)	Realización de prácticas en empresas en labores relacionadas con las capacidades adquiridas en el MBA y cuya puesta en práctica suponga una potenciación de las mismas. Estas prácticas serán remuneradas y tuteladas por un profesor del MBA.	18
XVII	Business School (voluntario)	El alumno podrá debatir con profesores de prestigiosas Business School sobre temas actuales de gestión empresarial. Los temas se elegirán en función de la actualidad del momento. Los profesores que impartirán estas charlas serán Professor David Hillier y Professor Kevin Keasy ambos de Leeds University Business School (Reino Unido), son profesores colaboradores de la Cátedra de Empresa Familiar. En función de la actualidad del momento se invitaran a otros profesores de prestigiosas Business School del Reino Unido.	4

7.2.2.6. SEMINARIOS DE EXPERIENCIA Y CONTACTO EMPRESARIAL

Desde el inicio del MBA el alumno tiene la oportunidad de participar todos los miércoles en los seminarios de experiencia y contacto empresarial. En estos seminarios se trata de transmitir la experiencia de reconocidos empresarios y directivos a los alumnos del MBA. Dado que el grupo de alumnos es muy reducido se permite la interacción del alumno con los invitados de manera que cada martes y/o miércoles el alumno toma contacto con la actividad empresarial. A modo de ejemplo durante el curso 2009 se celebraron un total de 24 seminarios en los que intervinieron profesionales de reconocido prestigio como: D. José Vega Garrido, Presidente del Grupo INCOSA, D. Carlos Tejedor Presidente del Grupo Dibaq, D. Sebastián Arias, Presidente del Grupo INDAL, D. Juan Antonio Hidalgo, Vicepresidente del Grupo Globalia, D. Fernando Prado Juan, Presidente del Grupo Prado, D. Emilio Álvarez, Vicepresidente del Grupo EULEN, D. Alfonso Jiménez Rodríguez-Vila, Presidente de Industrias Gastronómica Cascajares, D. Carlos Tejedor Castro, Director General del Grupo Entrepinares, D. Francisco Hevia. Director de Recursos Humanos del Grupo Siro, D. Sebastián Arias, Presidente del Grupo INDAL, D. Fernando Martínez Maestre, Socio Director Landwell-PricewaterhouseCoopers, entre otros. Algunas de las participantes de la segunda edición son: D. Miguel Calvo Consejero Delegado del Grupo Norte, D. Alejandro Llorente Presidente del Grupo Collosa, D. Santiago Sousa, Presidente del Grupo Commoziona, D. Fernando Piérola, Socio Director P&M Consultores, D. Javier Fernández Martín, Consejero Delegado del Grupo BMC Maderas, D. Pablo López Romano. Director de Personas y Organización Centro Corporativo Repsol, D^a Isabel Cid Directora de Recursos Humanos del Grupo Norte, D. Alberto Alvarez, Consejero Delegado del Grupo Antonio Álvarez, D. David Herguedas Simón, Director de Recursos Humanos, Gadea Pharmaceutical Group En la segunda edición se celebraron 22 seminarios por lo que hasta la fecha suman un total de 46 seminarios.

7.2.2.7. TRABAJOS FIN MBA

Después de concluir el período docente el alumno deberá presentar un Trabajo Fin MBA ante un Tribunal nombrado a tal efecto por la Dirección del MBA. La fecha de presentación del mencionado trabajo será antes del final de diciembre.

El trabajo fin de MBA es el culmen de la formación personalizada que persigue el MBA en Dirección de Empresas Familiares. Al trabajar con un número reducido de alumnos y utilizando el crédito ETCS durante el curso los alumnos han gozado de una atención personalizada. En esta última fase del MBA pasamos de la atención personalizada a la formación personalizada, dado que con el Trabajo Fin MBA se tratará de cumplimentar la formación del alumno en función de la actividad que va a desarrollar en el futuro. Por ello, el Trabajo Fin MBA estará vinculado a las

prácticas remuneradas que desarrolle el alumno o al puesto de trabajo que este desempeñando (para aquellos que hayan empezado a trabajar con contrato en una empresa). La otra característica distintiva del Trabajo Fin MBA es el apoyo constante de un profesor del Claustro de Profesores del MBA que actuará como Director del Trabajo Fin MBA.

Contenido y alcance del trabajo

El trabajo versará sobre una actividad o problemática real de la empresa. El alumno abordará el trabajo en función de su papel en la mencionada actividad o problemática y de acuerdo con su director/es. El documento final deberá tener una longitud inferior a 50 páginas, interlineado a un espacio y letra Arial de 12 puntos. En el caso de que cierta información sea confidencial ésta se excluirá del mencionado documento.

Cuando la actividad o problemática que aborde el Trabajo Fin MBA no finalice antes de 20 días naturales a la presentación del proyecto, el alumno podrá recoger en el documento la situación de 20 días naturales antes de la presentación, explicando las razones por las que el desarrollo temporal es más largo.

Confidenciabilidad del Trabajo Fin MBA

El alumno al redactar el Trabajo Fin MBA no podrá incluir información confidencial de la empresa. En el caso que el alumno o la empresa estimen que el trabajo debe ser confidencial, se debe solicitar esta confidenciabilidad al Director del MBA. En estos casos el trabajo sólo deberá recoger en 5 páginas los aspectos generales del mismo. La calificación de los trabajos confidenciales la pondrá el director del mismo. A efectos académicos en los casos que esa nota supere la media del restantes Trabajos, la nota que finalmente se asigne al alumno será la media del resto de trabajos.

Apoyo del director del Trabajo Fin MBA

La responsabilidad de elaboración del Trabajo Fin MBA es del alumno. No obstante, el alumno contará con un Director, a quién podrá consultar sus dudas en lo que se refiere a la ejecución y redacción del Trabajo Fin MBA.

Se aconseja al alumno que antes de plantear las dudas a su Director dedique un tiempo a sistematizar el problema, para que de esta manera el trabajo del Director sea más productivo. En todo caso el Director del Trabajo Fin MBA deberá dedicar a la Dirección un mínimo de 12 horas. El Director del Trabajo Fin MBA será designado por la Dirección del MBA en función de la materia que aborde el alumno.

Evaluación y Presentación del Trabajo Fin MBA

Todos los Trabajos Fin MBA (excepto los confidenciales) serán evaluados por el director del trabajo y por un tribunal compuesto por tres miembros nombrados por la Dirección del MBA. La nota final será la media de las evaluaciones recibidas. Esto es, cada nota pesará un 25%. Los trabajos que obtengan las 10 mejores calificaciones serán presentados y debatidos ante el tribunal pudiendo sus miembros proceder a cambiar la nota en función de la presentación. En primer lugar, el alumno presentará en un período de tiempo de 15 minutos su Trabajo Fin MBA, para después debatir con el Tribunal sobre aquellos aspectos del trabajo que éste estime oportuno. Con las calificaciones definitivas se creará un ranking Top Ten Trabajos Fin MBA y se concederá los correspondientes Premios Top Ten Trabajos Fin MBA.

7.2.2.8. PRÁCTICAS REMUNERADAS

Las empresas colaboradoras (*ver Empresas colaboradoras*) con el MBA en Dirección de Empresas Familiares permiten a la Dirección del MBA garantizar prácticas remuneradas a todos los alumnos del MBA, que lo deseen. Las prácticas son optativas para los alumnos, pues según la experiencia de la primera y segunda edición una parte significativa de los alumnos (entorno al 50%) trabaja en una empresa cuando concluye el período docente.

El procedimiento para la selección de la empresa por parte de los alumnos será como sigue:

Paso 1. Propuestas a las empresas

En el mes de mayo se envían a las empresas colaboradoras un listado de los alumnos que en ese momento no tienen compromiso con ninguna empresa, así como los Curriculum Vitae.

Paso 2. Preselección de alumnos por parte de las empresas

En colaboración con la Dirección del MBA cada empresa hace una preselección de alumnos.

Paso 3. Selección del alumno por parte de la empresa

Finalmente, los alumnos preseleccionados a los que la empresa les resulte de su interés realizarán unas pruebas de selección con la empresa, procediendo ésta a seleccionar al alumno que proporcionará prácticas remuneradas. Este proceso de selección la empresa podrá delegarlo en la Dirección del MBA.

7.2.2.9. BOLSA DE TRABAJO

El MBA en Dirección de Empresas Familiares dispone de una Bolsa de Trabajo donde confluyen los intereses de los alumnos antiguos y actuales con los de las empresas colaboradoras y amigas del MBA.

Las funciones de la Bolsa de Trabajo son recoger las ofertas de trabajo que nos hacen llegar nuestras empresas colaboradoras y amigas y ponerlas en contacto con aquellos alumnos que más se adaptan al perfil solicitado.

En este momento, en la bolsa de trabajo participan las Empresas Colaboradoras y Amigas del MBA (ver Empresas Colaboradoras).

7.2.2.10. EQUIPO DOCENTE

El equipo docente del MBA en Dirección de Empresas Familiares integra el rigor académico de una institución universitaria con el enfoque práctico de los directivos y consultores de empresas. Por ello, en todos los módulos (excepto los que su naturaleza aconseja otra composición Business English, Leader Coach, y Creación de Empresas e Innovación) están coordinados por un profesor de la Universidad de Salamanca que vela por el buen desarrollo del módulo. El equipo docente mixto, formado por profesores universitarios y profesionales de las empresas que interaccionarán en la preparación de las distintas sesiones, es la mejor garantía para el desarrollo de una metodología docente donde se transmite conocimiento y se generan las actitudes y habilidades que deben tener los directivos de las empresas.

A continuación aparecen tres tablas que reflejan la estructura del claustro de profesores, en las que se reflejan la titulación más reciente y el cargo actual (el resto de la información puede obtenerse del currículum vitae de cada profesor disponible en www.usal.es/catedraef). La primera refleja los coordinadores de los distintos módulos, que velarán por el diseño, planificación y coordinación docente del módulo. La segunda refleja al resto del profesorado, formado por destacados directivos y profesionales. La tercera tabla asigna el profesorado a los diferentes módulos.

Tabla 1. Coordinadores de los módulos

- 1 **Julio Pindado García**
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.
Catedrático de Universidad de Economía Financiera, U. de Salamanca
- 2 **Óscar González Benito**
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.
Catedrático de Universidad, Comercialización, U. de Salamanca
- 3 **Luis González Fernández**
Doctor en Psicología
Titular de Universidad. Psicología Social, U. de Salamanca

- 4 **Jesús Galende del Canto**
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.
Titular de Universidad. Organización Empresas, U. de Salamanca
- 5 **Javier González Benito**
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.
Titular de Universidad. Organización Empresas, U. de Salamanca
- 6 **Doroteo Martín Jiménez**
Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.
Catedrático E.U. Contabilidad, U. de Salamanca
- 7 **José Antonio Chamorro Zarza**
Doctor en Derecho.
Profesor de Derecho Financiero y Tributario, U. de Salamanca
- 8 **Belén Lozano García**
Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales.
Titular de Universidad. Economía Financiera, U. de Salamanca
- 9 **José D. Vicente Lorente**
Doctor en Economía, Universidad Carlos III de Madrid
Titular de Universidad. Organización Empresas, U. de Salamanca
- 10 **Fernando Almaraz Méndez**
Máster Universitario y DEA en Sistemas de Información para la Empresa Titular E.
Universitaria Fund. Análisis Económico, U. de Salamanca
- 11 **Daniel Linder**
Bachelor of Arts (Universtiy of Minnesota)
Profesor del Servicio Central de Idiomas de la Universidad de Salamanca
- 12 **Óscar Carabias Huete**
Master en Auditoría Financiera
Socio director área auditoría, Ecomt Actuarios y Auditores
- 13 **Montse Hidalgo Hernández**
Master en Coaching Personal y Ejecutivo (Universidad Camilo José Cela)
Socia Directora CON-FLUIR Coaching y Procesos de Desarrollo.

Tabla 2. Profesorado del MBA

- 14 **César Arranz Soler**
MBA INSEAD
Presidente Ejecutivo de Neo-Sky
- 15 **Fernando Piérola,**
MBA IESE Business School
Socio Director P&M Consultores
- 16 **Eduardo Carabias**
MBA Instituto de Empresa
Presidente ECOMT Sigma S.A.
- 17 **Luis de Torres**
Executive MBA Instituto de Empresa
Director Financiero Orange
- 18 **José Manuel Zugaza**
MBA en la Escuela Superior de Técnicas Empresariales de San Sebastián
Presidente de UNILCO, Consultora de Empresa Familiar
- 19 **Miguel Calvo**
MBA Instituto de Empresa
Consejero Delegado del Grupo Norte
- 20 **Pablo Fernández**
Doctor en Economía. Harvard University

- Catedrático de Universidad IESE Business School
- 21 **Cesar Ullastres García**
MBA Instituto de Empresa
Directivo del Grupo MRS
- 22 **Antonio Onieva**
MBA IESE Business School
Jefe de Relaciones Industriales de Enusa Industrias Avanzadas
- 23 **Bernabé Witoszek Schulz**
Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos
Director del Departamento de I+D+i Grupo MRS
- 24 **Juan Videgain Muro**
Ingeniero Industrial
Socio Director Enred Consultores, S.L.
- 25 **Arturo González Sexma**
Ingeniero Industrial
Director Industrial del Grupo INDAL
- 26 **Gustavo del Pozo**
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales
Director de la Fundación NIDO
- 27 **Cesar Augusto Bustos Reyes**
DEA en Nuevas Tendencias en Dirección de Empresas
Director Financiero Plásticos Durex ,S.A.
- 28 **José Félix Gálvez**
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales
Socio Responsable Unidad de Empresas Familiares de PricewaterhouseCoopers.
- 29 **Arsenio Álvarez Cacho**
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales
Director General del Grupo INDAL
- 30 **Juan José Romero de Vega**
Licenciado en Ciencias Económicas
Adjunto a la Dirección General del Grupo INDAL
- 31 **Rosa Miguelsanz Rodado**
Licenciada en Ciencias Económicas
Coordinadora Desarrollo Organizativo y Sist. de Información G. INDAL
- 32 **M^a Victoria Carabias Huete**
Master en Tributación y Asesoría Fiscal
Socio Director ECOMT Sigma S.A.
- 33 **José Antonio Álvarez Romera**
Executive MBA
Director de Sistemas de Información de INDAL
- 34 **Gustavo Ferraretto**
DEA en Nuevas Tendencias en Dirección de Empresas
Director de Compras y Logística. Plásticos Durex, S.A.
- 35 **Juan Martínez Salomón**
Programa de desarrollo de Management & Personal – Insights, París
Director de Recursos Humanos de Global Exchange
- 36 **M^a Carmen García López**
Licenciada en Derecho
Socio Director ECOMT Sigma S.A.
- 37 **Isabel Cid**
Directora de Recursos Humanos del Grupo Norte
- 39 **Daniel Tejada**

- MBA Instituto de Empresa
Director General de Lex Nova
- 40 **José Luis Ruiz Expósito**
Programa de Alta Dirección de Empresas de IESE
Socio director de Ernst & Young
- 41 **Alberto Guerra**
Master en Dirección de Recursos Humanos
Director de Recursos Humanos del Grupo Collosa.
- 42 **Ana Riesco del Pino**
Master en Desarrollo Directivo (ESADE-Barcelona)
Socia Directora FundAres Coaching Transpersonal.
- 43 **Antonio de la Hoz García**
Licenciado en Económicas. Especialidad: Internacional y Desarrollo
Socio Director Vector Consulting
- 44 **Jesús Martínez Guillen**
Doctor en CC Empresariales
Director de Tesorería y Asuntos Jurídicos de PWR
- 45 **Francisco Rodríguez Cervantes**
Licenciado en Administración de Empresas
Digital Manager CocaCola Iberian Division
- 46 **Jesús Camarero**
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales
Inspector de Hacienda
- 47 **Federico Tresierra Cascajo**
Director de Recursos Humanos de Laboratorios Intervet
- 48 **Carlos Tejedor Castro.**
PDG por IESE Business School
Director General del Grupo Entrepinares
- 49 **Hilary Masterton**
Directora de Kikeny
- 50 **Daniel Rodbard**
Licenciado por la Universidad de Bradford
- 51 **David Hillier**
Doctor en Administración de Empresas University of Strathclyde
Professor Leeds University Business School
- 52 **Kevin Keasy**
Doctor Economía The University of Newcastle upon Tyne
Professor Leeds University Business School

Tabla 3. Distribución del profesorado por módulos

Profesores ^a	Módulo	Título	Carácter ^b	Créditos
1*	0	Aprende con casos	V	1
1*; 8*;18; 19; 28	I	Empresa Familiar y Gobierno de la Empresa	O	3
10*; 33; 31	II	Tecnologías de la Información para la Empresa	O	3
3*; 22; 35; 37;41	III	Dirección de Recursos Humanos	O	4
4*; 14; 15; 34; 39; 40	IV	Habilidades Directivas	O	6
9*; 21; 43	V	Dirección Estratégica	O	4
6*; 26; 29; 30;48	VI	Dirección Contable y Control de Gestión	O	4
7*; 32; 47	VII	Fiscalidad	O	3

5*; 23; 25	VIII	Dirección de Operaciones y Calidad	O	3
1*; 8*; 17; 27; 44; 47	IX	Dirección Financiera	O	4
2*; 24; 45	X	Dirección Comercial	O	4
1*; 20; 27	XI	Dirección y Viabilidad de Proyectos	O	4
12*; 16; 36	XII	Creación de Empresas e Innovación	O	2
Todos	XIII	Proyecto Fin MBA	O	12
11*; 49; 50	XIV	Business English	E	4
13*; 42	XV	Leader Coach	E	4
Todos	XVI	Prácticas en Empresas	V	18
1*; 51; 52	XVII	Business School	V	4

^a Número del Profesor que lo impartirá. Se corresponderá con el número que le sea asignado en la lista de Profesores. *

Indica el coordinador del módulo

^b Carácter del Módulo: **O**: Obligatorio. **E**: Electivo. **V**: Voluntario.

7.2.2.11. MEDIOS E INSTALACIONES

Los alumnos del MBA son a todos los efectos alumnos de la Universidad de Salamanca, por lo que cuentan con todos los derechos que tiene el alumnado de la Universidad de Salamanca, incluida la tarjeta de estudiante. Además, al ser un título promovido por la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Salamanca también se cuentan con las instalaciones y medios de los que dispone la Cátedra.

11.1. AULAS



El MBA en Dirección de Empresas Familiares tiene asignada para la docencia el Aula 103A de la Facultad de Economía y Empresa (Edificio FES). En las clases del módulo Business English también se utiliza el seminario 218. Mientras que en las visitas de empresarios y directivos de reconocido prestigio también suele hacerse uso del Salón de Grados y la Sala de Comisiones 219.



11.2. BIBLIOTECAS

Como alumno de la Universidad de Salamanca, el alumno del MBA tiene acceso a todas las bibliotecas de la universidad y al préstamo de libros. Destacar la posibilidad de uso de la Biblioteca “Francisco de Vitoria” (contigua al Edificios FES) que cuenta con más de 300.000 volúmenes y 2.200 títulos de publicaciones periódicas. El alumno también podrá usar la biblioteca de la Cátedra de Empresa Familiar, donde encontrará además



<p>de algunos libros especializados, documentación útil para seguir el día a día del mundo de los negocios (como por ejemplo, el diario El Economista, Castilla y León Económica, etc).</p>	
<p>11.3. SALAS PARA TRABAJO EN EQUIPO El MBA pone a disposición de los alumnos salas para que puedan realizar sus reuniones y trabajos en equipo. Estas salas dispondrá de ordenador con acceso a Internet y equipo multimedia para comunicarse a través de Skype, si fuera necesario en caso que algún miembro del equipo no pudiera asistir el día de la reunión.</p>	
<p>11.4. MATERIAL El alumno del MBA recibirá en papel todo el material para el seguimiento del MBA junto con carpetas para su almacenamiento. En aquellos casos que sea necesario algún libro de consulta también lo facilitaría el MBA. Además, se entregará un CD con el contenido electrónico del material.</p>	

7.2.2.12. PROCESO DE ADMISIÓN

Requisitos a cumplir por los candidatos

El candidato deber estar en posesión de una Titulación Universitaria (Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, Licenciado en Economía, Ingeniero Superior, Ingeniero Técnico, Arquitecto, Licenciado en Derecho, Diplomado en Ciencias Empresariales,...). No es necesaria experiencia empresarial, ya que uno de los objetivos del MBA es conectar a los alumnos con las empresas. Alumnos con algunas asignaturas pendientes, consultar la posibilidad de cursar el MBA con la Dirección del MBA en catedraef@usal.es.

Solicitud de admisión

Paso 1. Formulario de admisión

Completar el formulario de admisión (disponible en www.usal.es/catedraef) y enviar a catedraef@usal.es junto con la siguiente información:

- Un breve currículum vitae. El currículum vitae debe presentarse en el formato del MBA. Este formato es el CV Europass, que está disponible en www.usal.es/catedraef, donde además encontrará las instrucciones generales para cumplimentarlo, así como las instrucciones particulares para candidatos al MBA DEF. El candidato debe seguir este modelo, que recoge todos los elementos que se tendrán en cuenta para la selección de los alumnos.
- Justificante de la titulación necesaria para el acceso
- Copia del expediente académico
- Orden de Prioridad Becas (disponible en www.usal.es/catedraef).

Esta información también puede enviarse por correo postal a (o entregar personalmente):

Universidad de Salamanca

Oficina de Cátedra de Empresa Familiar en Campus Miguel de Unamuno,

Oficina S-006 del Edificio de la Facultad de Derecho

Avda. de Francisco Tomás y Valiente, s/n. 37007 Salamanca

Paso 2. Test de nivel de inglés

Para poder encuadrarte dentro de un grupo con tu mismo nivel es muy importante que cumplimente adecuadamente el siguiente test de nivel de inglés, que debes iniciar en <http://formacion.usal.es/web/idiomas/enlace.htm>. El tiempo de realización máximo es de 1 hora. Se trata de conocer tu nivel de inglés para hacer grupos reducidos en función del nivel de los alumnos. El nivel que se espera el alumno alcance depende del nivel de inicio. De manera que el nivel alcanzado por el alumno formará parte de su calificación académica, pero no supondrá un inconveniente para superar el MBA.

Paso 3. Notificación de la Dirección del MBA

Después de haber cumplimentado los dos pasos anteriores usted recibirá notificación de la Dirección del MBA. El tipo de respuesta en esta notificación es:

- 1º Cumple los requisitos para ser alumno del MBA y sigue el proceso de admisión, según el paso 4.
- 2º No cumple los requisitos para ser alumno del MBA.
- 3º Necesitamos más información, que se le especificará.

Paso 4. Entrevista

El candidato deberá fijar con la Dirección del MBA una fecha para realizar la última prueba en el proceso de selección, una entrevista. La entrevista tendrá dos partes en la primera se le realizarán al candidato aquellas cuestiones necesarias para determinar si el candidato cumple con el perfil específico determinado por las empresas colaboradoras. En la segunda parte el candidato podrá preguntar al Director del MBA aquellas cuestiones que estime oportunas. La entrevista se realizará en la oficina de la Cátedra de Empresa Familiar en Campus Miguel Unamuno en Salamanca. Si usted tuviera algún problema para viajar a Salamanca en el período de selección póngase en contacto con la Dirección del MBA (catedraef@usal.es). Aquellas empresas que lo estimen oportuno podrán realizar una entrevista a aquellos candidatos que optan a las becas otorgadas por estas empresas.

Paso 5. Asignación de Becas-contrato, Becas y Becas de empresas

Se procederá a adjudicar las *Becas-contrato*, *Becas* y *Becas de empresas* financiadas por las Empresas Colaboradoras con el MBA, y la inmediata comunicación a los alumnos que les han correspondido las mencionadas becas.

Paso 6. Resultado de las pruebas de admisión

Se procederá a comunicar a los alumnos el resultado de las pruebas de acceso y la correspondiente admisión. Se admitirá a 20 titulares más 10 suplentes. En el caso que bastantes empresas estuvieran

interesadas en la contratación de los alumnos del MBA, los 5 primeros suplentes podrían ser admitidos definitivamente.

Paso 7. Preinscripción

Una vez comunicada la obtención de la plaza el alumno procederá a realizar la preinscripción en impreso normalizado de la USAL (disponible en www.usal.es/catedraef). En este momento el alumno deberá entregar una Fotocopia del D.N.I. y el justificante de pago de las tasas de preinscripción, que ascienden a 980 euros. La preinscripción garantiza al alumno la reserva de su plaza hasta que deba proceder a la matrícula.

Paso 8. Matrícula

Los alumnos deberán formalizar la matrícula en el MBA en el plazo que le indique la Dirección del MBA, una vez admitido. En este momento deberá abonar el primer plazo del importe de la matrícula, por importe de 3.000 euros. El resto de la matrícula se abona como sigue: 1.500 euros antes del 5 de abril y 1.500 euros antes del 15 de julio. Para los alumnos que necesiten financiación tienen la posibilidad de obtenerla en condiciones ventajosas en la siguiente entidad:



Más información en Oficina del Santander en el Campus Miguel de Unamuno. Teléfono: 923258799.

7.2.2.11. BECAS Y PREMIOS

Nuestro MBA tiene como objetivo conectar a los alumnos con el mundo de la empresa, siendo la mejor garantía de esta conexión las becas-contrato, becas y premios que ofrecen nuestras empresas colaboradoras. Las becas y premios se fijaran por acuerdo entre las empresas y la Dirección del MBA. La información actualizada, así como las bases puedes solicitarlas en catedraef@usal.es. Abajo aparecen las becas que se ofertaron para la edición 2011 cuyas bases están disponibles en www.usal.es/catedraef

Becas-contrato

1. Becas-contrato PricewaterhouseCoopers. Estas becas conceden al alumno el 100% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).
2. Beca-Contrato Global Exchange Recursos Humanos. Esta beca concede al alumno el 100% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).
3. Beca-Contrato Global Exchange Administración/finanzas. Esta beca concede al alumno el 100% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción)

Becas

4. Beca Sociedad Anónima Mirat. Esta beca concede al alumno el 100% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción)
5. Beca Plásticos Durex. Esta beca concede al alumno el 100% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).
6. Beca Banco Santander Esta beca concede al alumno el 100% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).
7. Beca Construcciones Eléctricas JARA. Esta beca concede al alumno el 50% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).

8. Beca Tallerdeventos. Esta beca concede al alumno el 50% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).
9. Beca Ecomt Sigma. Esta beca concede al alumno el 50% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).
10. Beca Grupo Prado. Esta beca concede al alumno el 50% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).
11. Beca Grupo Commoziona. Esta beca conceden al alumno el 25% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).
12. Beca HC Catering. Esta beca concede al alumno el 25% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).
13. Beca Collosa. Esta beca concede al alumno el 25% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).
14. Beca Grupo Norte. Esta beca concede al alumno el 25% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).
15. Beca Globalia. Esta beca concede al alumno el 25% del importe total de la matrícula (excepto tasa de preinscripción).

Premios

El MBA establece los Premios Top Ten Alumnos MBA DEF con los cuales se reconoce a los 10 alumnos que han obtenido mayores puntuaciones en cada promoción del MBA. Se les entrega certificado con el puesto y placa conmemorativa. También el MBA establece los Premios Top Ten Trabajos Fin MBA DEF para reconocer los 10 mejores Trabajos Fin MBA presentados en cada promoción, entregándoles el correspondiente certificado.

7.2.2.12. EMPRESAS COLABORADORAS

Con el MBA en Dirección de Empresas Familiares colaboran varias empresas, que pueden clasificarse como sigue:

Empresas Colaboradoras

Las Empresas Colaboradoras otorgan becas y premios a los alumnos del MBA Además, permiten a la Dirección del MBA garantizar prácticas remuneradas ayudando al alumno a iniciar su carrera profesional. También, forman parte de la Bolsa de Trabajo del MBA. Por todo ello, el MBA está muy agradecido a:





Instituciones Colaboradoras

Las siguientes instituciones nos ha apoyado en la iniciativa tanto en el contacto con las empresas como en la difusión del MBA, por lo que les expresamos nuestro más sincero agradecimiento a:



Empresas Amigas

Nuestras empresas amigas colaboran en algunas de las actividades encaminadas a proporcionar experiencia empresarial a los alumnos del MBA, lo que supone un idóneo complemento para la formación de nuestros alumnos. Además, forman parte de la Bolsa de Trabajo del MBA. Por esta contribución el MBA agradece a:

- Beton-Bloq, S.L.
- Carácter Emprendedor
- Cascajares
- Criado Hermanos
- Grupo Empresas Criado
- Grupo Andrés Neumáticos
- Grupo Zarzuela (Bodegas Vizar)
- Hierros Manzano
- Lex Nova
- Queserías Entrepinares
- Talleres PAR (MAN)
- Transportes Mateo Sevilla (DHL)
- Transcereales Cruz, S.L.
- Bigen Colombia, S.A.
- Cárnicas Mulas
- Coco Lastra
- Grupo San Cayetano
- Grupo Inzamac
- Grupo Gadea
- Hierros Manuel Vidal
- Hijo de Nicolás Benito
- Marta Móvil (Peugeot)
- Residencia de Mayores Arapiles
- Tecnitasa
- La Vagüera
- Congresual

7.3. PREVISIÓN DE ACTIVIDADES PARA LA DIFUSIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR

La Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Salamanca durante el próximo curso académico organizará diferentes actividades para la difusión de la empresa familiar. En concreto, se organizará una nueva edición del curso de verano y diversas conferencias. También se procederá a las actualizaciones que sean precisas en la página web para difundir estas actividades.

7.4. PREVISIÓN DE RELACIÓN CON OTRAS CÁTEDRAS Y EMPRESAS

Desde la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Salamanca haremos lo que este a nuestro alcance para intensificar la relación y colaboración con otras cátedras de empresa familiar.

Para la Cátedra tiene una importancia primordial la relación y colaboración con las empresas de nuestro entorno. Por lo que siempre estaremos abiertos al contacto y colaboración con las empresas que nos hagan llegar su disposición e interés por una fructífera colaboración con la Universidad de Salamanca.