



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# GUÍA DOCENTE DE EMPRENDEDURÍA DE NEGOCIOS 2022-23

## DATOS GENERALES ASIGNATURA

<b>Nombre:</b>	Emprendeduría de negocios
<b>Código:</b>	801319
<b>Curso:</b>	2022/23
<b>Titulación:</b>	Grado en Administración y Dirección de Empresas
<b>N.º de créditos (ECTS):</b>	6
<b>Ubicación en el plan de estudios:</b>	3 <sup>er</sup> curso, 2º cuatrimestre
<b>Departamento:</b>	Dirección estratégica y organización
<b>Responsable departamento:</b>	Dra. Cristina Cáliz
<b>Fecha de la última revisión:</b>	Enero 2023
<b>Profesor Responsable:</b>	Víctor Giménez

## 1. DESCRIPCIÓN GENERAL

---

La asignatura se enfoca eminentemente a desarrollar las habilidades y competencias profesionales de los estudiantes en dos ámbitos: el emprendimiento y la dirección general estratégica. El apartado de emprendimiento se desarrolla generando los propios alumnos un modelo de negocio real para desarrollar posteriormente los diferentes apartados del plan de empresa a lo largo del curso. El desarrollo de competencia en dirección general estratégica se desarrolla mediante el uso de un simulador de negocios (Business game) de forma que los alumnos son responsables de la toma de decisiones de una empresa, la cual compite con otras empresas a lo largo de un proceso iterativo durante varios periodos. Este proceso permite analizar de forma iterativa los resultados obtenidos a partir de las decisiones propias y las de la competencia. Se trata pues de una asignatura eminentemente de trabajo en grupo e individual por parte de los alumnos para el desarrollo de competencias profesionales tan importantes en el mundo empresarial como son el emprendimiento y la capacidad de gestión.

## 2. OBJETIVOS

---

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Identificar y representar mediante el modelo Canvas una idea de negocio
- Analizar los macro y micro-factores que afectan la creación de un nuevo negocio de forma que puedan identificarse las oportunidades empresariales y estrategias más adecuadas
- Desarrollar los diferentes subplanes asociados a la confección de un plan de empresa: marketing, operaciones, RRHH, económico-financiero y jurídico
- Tomar decisiones en los diferentes ámbitos de una empresa de acuerdo con una estrategia global en un entorno competitivo
- Analizar la información de las diferentes áreas de negocio para la toma de decisiones
- Definir estrategias personalizadas para el caso de cada empresa a partir del análisis externo e interno.

### 3. TEMARIO

---

## BLOQUE 1: EL PLAN DE EMPRESA

### TEMA 1. EL MODELO DE NEGOCIO

#### Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar y definir una idea de negocio
- Identificar y definir la propuesta de valor y el modelo de negocio global
- Emplear el modelo Canvas para modelar una idea negocio
- Valorar la fortaleza de su idea de negocio
- Presentar su idea de negocio a posibles inversores o fuentes de financiación

#### Contenido

- 1.1 La idea
- 1.2 El modelo Canvas
  - 1.2.1 Propuesta de valor
  - 1.2.2 Clientes
  - 1.2.3 Canales de distribución y comunicación
  - 1.2.4 Relaciones con el cliente
  - 1.2.5 Fuentes de ingresos
  - 1.2.6 Recursos clave
  - 1.2.7 Actividades clave
  - 1.2.8 Socios clave
  - 1.2.9 Costes
- 1.3 Valoración de la idea de negocio
- 1.4 Presentación de la idea de negocio a inversores: *elevator pitch*

### TEMA 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

#### Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar y conocer los elementos externos a la empresa que la condicionarán en su funcionamiento y definición
- Analizar el mercado dónde realizará la actividad la empresa

- Identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades del nuevo negocio para justificar el nicho de mercado
- Definir la opción estratégica más adecuada de acuerdo con el nicho de mercado identificado

### Contenido

- 2.1 El entorno económico
- 2.2 El entorno sociocultural
- 2.3 Entorno político-legal
- 2.4 Entorno tecnológico
- 2.5 Análisis del mercado
- 2.6 Amenazas y oportunidades
- 2.7 Planificación estratégica

## TEMA 3. PLAN DE MARKETING

### Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar el segmento al que se dirigirá el producto o servicio y el posicionamiento a lograr
- Diseñar el marketing-mix de la empresa
- Realizar un plan de acciones para ejecutar el marketing-mix
- Realizar una previsión de ventas bajo diferentes escenarios...

### Contenido

- 3.1 Segmentación y posicionamiento
- 3.2 Objetivos del plan de marketing
- 3.3 Ubicación
- 3.4 Definición del producto/servicio
- 3.5 Política de precios
- 3.6 Política de comunicación
- 3.7 Política de distribución
- 3.8 Previsión de ventas

## TEMA 4. PLAN DE OPERACIONES

### Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Determinar/describir la ubicación para su idea de negocio, así como la distribución operativa y los equipos e instalaciones necesarios
- Determinar la capacidad de producción
- Identificar los principales procesos operativos, así como definir el aseguramiento de su calidad
- Identificar los mejores proveedores, así como la política de compras

### Contenido

- 4.1 Justificación localización del negocio
- 4.2 *Layout*, reformas y equipos e instalaciones necesarios
- 4.3 Capacidad de producción
- 4.4 Gestión de stocks
  - 4.4.1 Modelo de gestión de stocks
  - 4.4.2 Selección de proveedores
- 4.5 Sistemas de información
- 4.6 Descripción principales procesos
- 4.7 Política de calidad

## TEMA 5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Definir el organigrama para su empresa y la descripción funcional de la misma.
- Cuantificar el personal necesario, así como su cualificación/requerimientos
- Establecer la política de selección, remuneración y contratación para los trabajadores

### Contenido

- 5.1 Organigrama y descripción funcional
- 5.2 Cuantificación y cualificación del personal y política de selección
- 5.3 Política de Contratación y remuneración
- 5.4 Evaluación del desempeño y formación
- 5.5 Política de promoción

## TEMA 6. PLAN ECONOMICO-FINANCIERO Y JURÍDICO

### Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Definir el organigrama para su empresa y la descripción funcional de la misma.
- Cuantificar el personal necesario, así como su cualificación/requerimientos
- Establecer la política de selección, remuneración y contratación para los trabajadores

### Contenido

- 6.1 Decidir la forma jurídica de la empresa, así como los principales trámites y costes de constitución
- 6.2 Determinar la cantidad a invertir, el fondo de maniobra operativo inicial necesario y su financiación
- 6.3 Determinar los flujos de tesorería estimados para el primer año.
- 6.4 Evaluar la viabilidad económica de la inversión a partir de los flujos de caja anuales estimados
- 6.5 Calcular el punto muerto del negocio

## BLOQUE 2: INTRAEMPREDURÍA

## TEMA 7. BUSINESS GAME MARKSTRAT

### Resultados de aprendizaje a adquirir

El estudiante después de estudiar los temas y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Tomar decisiones coordinadas en las diferentes áreas de la empresa
- Analizar las consecuencias de sus decisiones empresariales y los resultados de la competencia para la toma de nuevas decisiones
- Gestionar en equipo la toma de decisiones en las diferentes áreas y analizar los resultados empresariales
- Diseñar planes de acción y de organización de trabajo en equipo

### Contenido

- 7.1 Toma de decisiones de producto
- 7.2 Decisiones de I+D
- 7.3 Toma de decisiones de marketing

- 7.3.1 Producto
  - 7.3.1.1 Lanzamiento de nuevos productos
  - 7.3.1.2 Modificación de productos
  - 7.3.1.3 Retirada de productos del mercado
  - 7.3.1.4 Decisiones de cantidades a producir
- 7.3.2 Precio
- 7.3.3 Distribución
- 7.3.4 Promoción y publicidad
- 7.4 Toma de decisiones financieras
- 7.5 Toma de decisiones de RRHH

## 4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

---

El profesor expondrá en la primera parte de la clase los elementos clave de cada apartado del plan de empresa, para dedicar el resto de la sesión a trabajo en grupo para desarrollar los diferentes apartados de su propio plan de empresa. Simultáneamente, en muchas de las sesiones se tomarán también decisiones del *business game*. Así pues, se trata de una metodología de aprendizaje basada primordialmente en el trabajo personal y colectivo a lo largo del curso trabajando sobre dos proyectos en paralelo bajo la aplicación del concepto de "*learning by doing*". A lo largo del curso, los estudiantes realizarán exámenes, diferentes presentaciones grupales, un vídeo con un *elevator pitch*, tutorías individuales y de equipo personalizadas y más de diez entregas parciales de los avances de su plan de empresa. Al final del curso, los equipos presentan el documento final del plan de empresa y hacen su defensa pública, así como una presentación en la que resumen la gestión de la empresa a lo largo de los diferentes periodos simulados en el *business game*. En ésta, deben identificar claramente las estrategias y tácticas empleadas, así como su justificación/motivación y los resultados que se obtuvieron de su aplicación, de forma que los estudiantes aprendan tanto de sus aciertos como de sus errores

## 5. SISTEMA DE EVALUACIÓN

---

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 70% de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 30% porcentaje restante, del examen final presencial. El examen final tiene dos convocatorias.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- **NF = Nota Examen Final x 30% + Nota Evaluación Continuada x 70%**
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

Actividades de evaluación continua:

Tipo de actividad	Descripción	% Evaluación continua	
<b>Entregas:</b>			55 %
Actividad en grupo	Canvas	12.73%	
Actividad en grupo	<i>Elevator Pitch</i>	5.45%	
Actividad en grupo	Análisis del entorno	0.91%	
	Análisis mercado	0.91%	
Actividad en grupo	Plan de negocio Markstrat 1	5.45%	
Actividad en grupo	Plan de negocio Markstrat 2	3.64%	
Actividad en grupo	Plan marketing	1.82%	
Actividad en grupo	Plan operaciones	1.82%	
Actividad en grupo	Plan recursos humanos	1.82%	
Resultado en <i>business game</i>	Valor empresa Markstrat	36.36%	
Actividad en grupo	Plan eco-fin-jur	1.82%	
Actividad en grupo	Presentación final markstrat	9.09%	
Evaluación compañeros	Valoración intra-grupo	18.18%	
<b>Cuestionarios:</b>			15 %
	Examen manual Markstrat	100%	
<b>Examen final:</b>			30 %
	Examen final	100%	

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### 6.1 BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- MASTRANTONIO RAMOS, P., CÁLIZ RIVERA, C., MÁRMOL PÉREZ, M., RAJADELL CARRERAS, M., CODURAS MARTÍNEZ, O., TAPIAS NADALES, X. Y PACREU TORRELLA, J. (2016): Cómo hacer un plan de empresa EUNCET. Editorial OmniaScience.
- Manual del business game Markstrat. Descargable la última versión en cada edición desde <https://web.stratxsimulations.com/>



## 6.2 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- DRUCKER, P. F.(2002): La Gerencia en la Sociedad Futura. Colombia. Editorial Norma.
- FORD, B. R., BORNSTEIN, J. M., & PRUITT, P. T. (2007). The Ernst & Young business plan guide. John Wiley & Sons.
- HILL, C.W.L. (2001): Negocios Internacionales. Competencia en un Mercado Global. 3ra Edición. México, Editorial McGraw-Hill.
- JOHNSON, G. y SHOLES, K. (2001): Dirección Estratégica. Madrid. Prentice Hall.
- JOHNSON, G. y SHOLES, K. (2001): Dirección Estratégica. Madrid. Prentice Hall.
- KALAKOTA, R. y ROBINSON, M. (2001): Del E-Commerce al E-Business. El Siguiente Paso. México, Pearson Educación.
- KAPLAN, R. S. y NORTON, D.P. (2001): Cómo Utilizar el Cuadro de Mando Integral para Implementar y Gestionar su Estrategia. Barcelona, Editorial Gestión 2000.
- McKEEVER, M. (2016). How to write a business plan. Nolo.