

Creación de Empresas

Código: 102364
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501572 Administración y Dirección de Empresas	OB	3	1
2501572 Administración y Dirección de Empresas	OT	4	0
2501573 Economía	OT	3	2
2501573 Economía	OT	4	0

Contacto

Nombre: Carlos Guallarte Nuez
Correo electrónico: Carlos.Guallarte@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)
Algún grupo íntegramente en inglés: Sí
Algún grupo íntegramente en catalán: No
Algún grupo íntegramente en español: Sí

Prerequisitos

Se recomienda cursarla en cuarto curso del grado

Objetivos y contextualización

El objetivo fundamental de esta asignatura es estudiar el proceso de creación de una empresa (desde la idea inicial a la fundación legal de la empresa) a través del análisis y desarrollo del PROYECTO O PLAN DE EMPRESA, siendo éste aquél documento escrito que contiene los aspectos más relevantes relativos a la puesta en marcha y lanzamiento de un negocio. Se explicará en qué consiste un plan de empresa, qué funciones tiene, así como cuáles son las partes más importantes del mismo. Además, también se tratarán temas relativos a la función empresarial y la creación de empresas no directamente relacionados con la elaboración del plan de empresa, como por ejemplo, la importancia de las nuevas empresas en la actualidad, las características del empresario, otras formas de crear empresas (franquicia, compra de empresas, etc.), problemas en el proceso de creación de empresas, las redes del empresario, etc

Competencias

Administración y Dirección de Empresas

- Capacidad de adaptación a entornos cambiantes.
- Capacidad de comunicación oral y escrita en catalán, castellano e inglés, que permita sintetizar y presentar oralmente y por escrito el trabajo realizado.
- Demostrar que conocen los procesos de implementación de estrategias de las empresas.
- Identificar a los competidores de las empresas, como interaccionan entre ellos y la elaboración de estrategias óptimas en cada caso para estimular la competitividad.
- Liderar equipos multidisciplinares y multiculturales, implementando nuevos proyectos, coordinando, negociando y gestionando los conflictos.
- Organizar el trabajo, en cuanto a una buena gestión del tiempo, ordenación y planificación del mismo.

- Seleccionar y generar la información necesaria para cada problema, analizarla, y tomar decisiones en base a la misma.
- Tomar decisiones en situaciones de incertidumbre, mostrando un espíritu emprendedor e innovador.
- Transmitir los objetivos de la empresa, departamento o trabajo que desarrolle, de una forma clara.
- Valorar el compromiso ético en el ejercicio profesional.

Economía

- Aplicar los conocimientos teóricos para mejorar las relaciones con los clientes y proveedores, identificando las ventajas e inconvenientes de sus relaciones para ambas partes empresa y clientes o proveedores.
- Capacidad de adaptación a entornos cambiantes.
- Capacidad de seguir aprendiendo en el futuro de forma autónoma, profundizando los conocimientos adquiridos o iniciándose en nuevas áreas de conocimiento.
- Delegar la toma de decisiones a los colaboradores y proveerles de los incentivos necesarios para que dichas decisiones se tomen en beneficio del interés colectivo.
- Demostrar que conocen los procesos de implementación de estrategias de las empresas.
- Identificar a los competidores de las empresas, como interaccionan entre ellos y la elaboración de estrategias óptimas en cada caso para estimular la competitividad.
- Identificar las contribuciones positivas que las empresas realizan a la sociedad, desarrollando una gestión socialmente responsable, impulsando el desarrollo de instrumentos objetivos que permitan medir y valorar dichas contribuciones.
- Iniciativa y capacidad de trabajar autónomamente cuando la situación lo requiera.
- Liderar equipos multidisciplinares y multiculturales, implementando nuevos proyectos, coordinando, negociando y gestionando los conflictos.
- Organizar el trabajo, en cuanto a una buena gestión del tiempo, ordenación y planificación del mismo.
- Seleccionar y generar la información necesaria para cada problema, analizarla, y tomar decisiones en base a la misma.
- Tomar decisiones en situaciones de incertidumbre, mostrando un espíritu emprendedor e innovador.
- Transmitir los objetivos de la empresa, departamento o trabajo que desarrolle, de una forma clara.
- Valorar el compromiso ético en el ejercicio profesional.

Resultados de aprendizaje

1. Adaptar la formulación e implementación de estrategias a diferentes entornos, empresa familiar o empresas de reciente creación.
2. Analizar los principales sistemas de motivación disponibles en las empresas.
3. Aplicar los procesos de formulación de estrategias a casos concretos.
4. Capacidad de adaptación a entornos cambiantes.
5. Capacidad de comunicación oral y escrita en catalán, castellano e inglés, que permita sintetizar y presentar oralmente y por escrito el trabajo realizado.
6. Capacidad de seguir aprendiendo en el futuro de manera autónoma, profundizando en los conocimientos adquiridos o iniciándose en nuevas áreas de conocimiento.
7. Clasificar las diferentes formas de competir de una empresa.
8. Diseñar políticas de motivación eficientes.
9. Elaborar planes de empresas.
10. Enumerar las etapas y los procesos básicos en la formulación e implementación de una estrategia empresarial.
11. Enumerar los principales competidores de una empresa.
12. Evaluar el efecto de las diferentes estrategias en la competitividad de la empresa.
13. Explicar el origen y valorar la contribución de las empresas al bienestar social.
14. Fundamentar decisiones de estrategia empresarial.
15. Identificar las diferencias en la aplicación del marketing a diferentes sectores económicos o tipologías de organizaciones.
16. Iniciativa y capacidad de trabajar de forma autónoma cuando la situación lo requiera.
17. Liderar equipos multidisciplinarios y multiculturales, implementar nuevos proyectos, coordinar, negociar y gestionar los conflictos.
18. Organizar el trabajo, con relación a una buena gestión del tiempo y a su ordenación y planificación.
19. Organizar el trabajo, con respecto a una buena gestión del tiempo y a su ordenación y planificación.

20. Relacionar la estrategia empresarial con los objetivos de las empresas y su desglose por departamentos o unidades de trabajo.
21. Seleccionar y generar la información necesaria para cada problema, analizarla y tomar decisiones partiendo de esta información.
22. Tomar decisiones en situaciones de incertidumbre y mostrar un espíritu emprendedor e innovador.
23. Valorar críticamente los problemas de eficiencia económica y de distribución de la riqueza generada por las empresas.
24. Valorar el compromiso ético en el ejercicio profesional.
25. Valorar la importancia de las relaciones comerciales a largo plazo con los clientes (marketing de relaciones).
26. Valorar los principales conceptos e instrumentos del marketing.

Contenido

1. Introducción: relevancia de la creación de empresas en la actualidad.

- 1.1. Nuevas empresas y Pymes en la economía.
- 1.2. Características del empresario.

2. Proceso de creación de empresas.

- 2.1. Proceso de creación de una empresa: fases.
- 2.2. Problemas en la creación de empresas.
- 2.3. Generación de ideas de negocio. Creatividad empresarial
- 2.4. Identificación y evaluación de una oportunidad empresarial
- 2.5. Proceso estratégico: Modelo de negocio. Canvas y Lean Startup.

3. El Plan de Empresa (PE).

- 3.1. Utilidad y contenido del PE
- 3.2. Valoración del proyecto.
- 3.3. Análisis de sensibilidad.
- 3.4. Errores a evitar.

4. Formas de crear empresas.

- 4.1. Formas de iniciarse como empresario: *Start up*, *spin off*, licencias, franquicias, *buy-out* y *buy-in*, *venture management (intrapreneurship)*
- 4.2. La franquicia
- 4.3. La compra de empresas (*management buy-out*)
- 4.4. *Venture management*. Los proyectos innovadores en las grandes empresas (*intrapreneurship* o *corporate entrepreneurship*)

5. Financiación de la nueva empresa

- 5.1. Medios habituales del sistema financiero
- 5.2. Capital riesgo.

5.3. *Business angels*.

5.4. El problema de financiación de la nueva empresa y cómo intentan resolverlo los nuevos empresarios.

6. Otros temas relevantes en la creación de empresas

6.1. Factores de éxito y fracaso de las nuevas empresas.

6.2. Redes y creación de empresas.

6.3. Protección legal de una idea y/o oportunidad empresarial.

6.4. Formas jurídicas y aspectos legales.

6.5. Medidas de apoyo a la creación de empresas.

Metodología

El desarrollo de la asignatura se basa en las siguientes actividades:

- (1) Explicaciones del profesor en clase.
- (2) Análisis y discusión de casos prácticos.
- (3) Preparación y presentación de casos prácticos y trabajos en clase por parte del estudiante.
- (3) Preparación de un plan de empresa por parte del estudiante.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases prácticas	15	0,6	1, 3, 12, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 10, 14, 15, 16, 17, 18, 22, 21, 24, 26, 25
Clases teóricas	30	1,2	1, 3, 12, 4, 5, 7, 9, 11, 10, 15, 16, 17, 24
Tipo: Supervisadas			
Tutorías y seguimiento	15	0,6	3, 4, 5, 6, 9, 14, 16, 17, 19, 22, 21, 24
Tipo: Autónomas			
Estudio de los contenidos, resolución de casos y elaboración del plan de empresa	84	3,36	1, 2, 3, 12, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 10, 13, 14, 16, 17, 18, 22, 20, 21, 24

Evaluación

La calificación final de esta asignatura será la resultante de las siguientes notas (es necesario obtener una nota igual o superior a 3.5 en cada parte):

- a) 50%: Elaboración de un proyecto de empresa o desarrollo de una parte del plan de empresa.
- b) 30%: Examen final
- c) 20%: Seguimiento del curso (Casos prácticos, presentaciones y discusiones realizadas a lo largo de curso)

Un alumno sólo puede obtener un "No Evaluable" en la asignatura siempre y cuando no haya participado en ninguna de las actividades de evaluación. Por tanto, se considera que un estudiante que realice alguna componente de evaluación continuada (seguimiento del curso o prueba parcial) ya no podrá optar a un "No Evaluable".

Al final del curso cada profesor publicará las calificaciones finales y el día, hora y lugar de revisión del examen.

En caso de una nota inferior a 3.5, el estudiante tendrá que volver a hacer la asignatura en el siguiente curso.

Habrà una re-evaluación para aquellos estudiantes que no hayan superado la asignatura y su nota final sea igual o superior a 3.5. Los profesores de la asignatura decidirán la modalidad de esta re-evaluación. En caso de superar la re-evaluación, la nota final será de un 5.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Elaboración de un plan de empresa	50%	0	0	1, 2, 3, 12, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 20, 21, 23, 24, 26, 25
Examen final	30%	2	0,08	1, 3, 12, 5, 7, 9, 11, 10, 13, 14, 15, 20, 21, 24, 26, 25
Seguimiento del curso (casos prácticos, presentaciones, discusiones,...)	20%	4	0,16	1, 2, 12, 5, 6, 10, 14, 17, 22, 20, 21, 24

Bibliografía

BLANK, S. Y Y DORF, B. (2013): *El manual del emprendedor: la guía paso a paso para crear una gran empresa*. Gestión 2000. Barcelona.

GENESCÀ, E.; URBANO, D.; CAPELLERAS, J.L.; GUALLARTE, C. y VERGÉS, J. (coords.) (2003): *Creación de empresas - Entrepreneurship*. Manuals de Economía. Servei de Publicacions de la UAB.

GÓMEZ, J.M.; FUENTES, M.M.; BATISTA, R.M.; HERNÁNDEZ, R. (2012): *Manual de casos de creación de empresas en España*. McGraw Hill. Madrid.

URBANO, D. Y TOLEDANO, N. (2008): *Invitación al emprendimiento. Una aproximación a la creación de empresas*. Colección Economía y Empresa. Editorial UOC: Barcelona..

GUALLARTE, C. (2018): *Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo Cataluña 2017-18*. IERMB. Barcelona.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y.; CLARK, T. (2011). *Generación de modelos de negocio : un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Deusto. Barcelona.

OSTERWALDER, A. Y PIGNEUR, Y. (2015). *Diseñando la propuesta de valor: cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*. Deusto. Barcelona:

RIES, E. (2012): *El método del Lean Startup*. Deusto. Barcelona.

VECIANA, J.Mª. (2005): *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*, Colección Estudios Económicos. Servicio de Estudios de La Caixa.