

## **PROGRAMA DE LA ASIGNATURA CREACIÓN DE EMPRESAS**

**24809. Curso 2006-2007**

**Profesores: Ricardo Pedreira y Iñaki Santa Cruz**

### **1. Objetivos y metodología de trabajo**

El objetivo de esta asignatura es estudiar el proceso de la creación de una empresa, *a través de la realización de un Proyecto, susceptible a ser llevado a la práctica.*

Este proceso se puede dividir en tres etapas: Las explicaciones de clase para orientar los proyectos de forma general, el trabajo personal de los grupos para elaborar los proyectos con los conocimientos que ya tienen los estudiantes de la Diplomatura y las tutorías periódicas para la presentación y comentario de borradores de cada parte del Plan de Empresa.

La asignatura tiene seis créditos y se desarrolla a través de exposiciones a todo el grupo-clase y tutorías a los grupos que elaboran su Plan de Empresa.

### **2. Programa sintético**

- La figura del emprendedor y la oportunidad de negocio
- La decisión de crear una empresa (la fase prenatal)
- Factores de éxito y fracaso en la creación de empresas
- El Plan de Empresa
- Elección de la forma jurídica.
- Trámites administrativos para la constitución de la nueva empresa
- Políticas públicas de fomento y ayuda a la creación de empresas

### **3. Evaluación**

La evaluación constará de tres componentes:

- a) *La elaboración del Plan d'Empresa y su Anexo documental*, trabajo obligatorio de grupo. Los criterios de valoración serán los siguientes: Desarrollo de cada una de las partes del guión presentado, la originalidad del producto/servicio, la ortografía, la gramática y otros elementos expresivos, el tratamiento formal, la información documental y bibliográfica y la presentación general del proyecto. Valoración: 70%.
- b) *Presentación pública del Proyecto*. Valoración: 20%.
- c) *Participación en clase y asistencia a las tutorías*. Valoración: 10%

### **4. Bibliografía**

- Eiglier, P. (et al) (1989) "Servucción, el marketing de servicios". Ed. McGraw-Hill.
- Ludevid; M. i Ollé, M. (1999) "Como crear su propia empresa". Ed. Marcombo.
  
- Amat, Oriol (et al) (1996): "Emprender con éxito". Ed. Gestión 2000, S.A.
- Bermejo, Manuel (et al) (1994): "La creación de la empresa propia". McGraw-Hill. Instituto de Empresa.
- Bueno, Eduardo (et al) (1993): "La dirección eficiente". Editorial Pirámide.
- Cañadas, Miguel (1996): "Cómo crear empresas rentables". Ed. Gestión 2000, SA
- Drucker, P.F. (1997): "La innovación y el empresario innovador". Ed. Apóstrofe.
- Nueno, Pedro (1994): "Emprendiendo. El arte de crear empresas y sus artistas". Expansión. Deusto.
- Ollé, M. (et al) (1996): "Com crear una empresa. De la idea a l'empresa". Proa. Columna. ESADE.
- Ortiz de Zárate, A. (1998): "Manual de Franquicia". Ed. Gestión 2000.
- Pedreira, R. (2004) "El màrqueting de la cultura i l'espectacle". Ed. TTE.

### **Revistas**

- Harward Deusto Business Review (en castellano),
- Emprendedores, Ideas y negocios, Actualidad Económica

**Planes de Empresa**, de la asignatura, de cursos anteriores. Consultar biblioteca de la EUET,

### **5. Modalidad Semi presencial**

Según las indicaciones del vigente Acuerdo Interno de Planificación de la UAB y siguiendo las indicaciones del Comité de Evaluación de la Diplomatura, esta asignatura se puede seguir de forma Semi presencial, según las normas siguientes:

- Los estudiantes que *justificadamente*, no puedan asistir a clase, podrán seguir la asignatura:
- a) Tomando como base los *libros señalados con negrita* en la bibliografía.
  - b) Utilizando las *sesiones de tutoría* para tratar las dudas que se presenten.
  - c) Presentando *públicamente* el Proyecto, como los demás compañeros de la modalidad presencial.
  - d) Presentando el *Proyecto de Empresa* por escrito, el día señalado como examen.

## **6. Tutorías**

A parte del horario de clase y de la docencia tutorizada de la asignatura, los profesores estarán a disposición de los estudiantes:

Iñaki Santacruz:

Ricard Pedreira. Lunes y Jueves de 16:30 a 18:30h.

Despacho 211. EUEE. Sabadell. c.Emprius 2. Tel. 93 727 7736.

## **GUION DEL PLAN DE EMPRESA**

### **1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO/SERVICIO**

- 1.1. Descripción del producto/servicio. Oportunidad de mercado detectada
- 1.2. Diferencias respecto de otros productos que hay en el mercado.
- 1.3. Nivel tecnológico. Previsiones de la evolución tecnológica en el sector.
- 1.4. Desarrollo de futuros productos/servicios. Cartera.

### **2.- PLA DE MÀRQUETING**

- 2.1. Estudio del sector económico de la empresa, en Cataluña.
- 2.2. Análisis del mercado propio: Volumen total y tendencias del futuro
  - 2.2.1. El cliente: Localización, características del cliente potencial, segmentación
  - 2.2.2. Estudio de las empresas competidoras (productos, precios, distribución y comunicación. Oportunidades y amenazas.
- 2.3. Política comercial propia: Previsión de ventas del primer año
  - 2.3.1. Política de producto/servicio. Cartera y estrategias.
  - 2.3.2. Política de precios, costes y estrategias.
  - 2.3.3. Política de distribución, canales y estrategias.
  - 2.3.4. Política de comunicación y publicidad, imagen, canales, estrategias.

### **3. PLAN DE OPERACIONES (Fabricación del producto/servicio)**

- 3.1. Localización geográfica de la empresa y justificación.
- 3.2. Proceso de producción/servucción.
- 3.3. Capacidad de producción mensual/anual. Subcontractación.
- 3.4. Recursos materiales necesarios (locales, maquinaria, herramientas, vehículos...)
- 3.5. Recursos humanos necesarios (número, capacidades...)
- 3.6. Ciclo temporal del producto/servicio
- 3.7. Listado de proveedores. Gestión de existencias.

### **4. PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO**

- 4.1. Plan de Tesorería del primer año, mes a mes
- 4.2. Cuenta de Pérdidas y Ganancias (Resultados) comparada, de los tres primeros años
- 4.3. Balance de Situación, comparado de los tres primeros años
- 4.4. Capital e inversiones necesarias a tres años. Sus fuentes.
- 4.5. "Ratios" de rentabilidad y control financiero

### **5. PLAN DE ORGANIZACION DEL PERSONAL**

- 5.1. Estructura organizativa: Organigrama, tareas y perfiles teóricos del personal
- 5.2. Fuentes y formas de selección y fidelización
- 5.3. Tipos de contratación, remuneración y vinculación con la empresa
- 5.4. Subcontratación de servicios externos (si procede)
- 5.5. Formación inicial y continua del personal
- 5.6. Evaluación de rendimientos

## 6. FORMA JURÍDICA, TRAMITACIÓ, SUBVENCIONS

- 6.1. Forma jurídica de la empresa y razonamiento comparativo
- 6.2. Protección jurídica (propiedad industrial e intelectual), si procede
- 6.3. Tramitación administrativa: Documentos necesarios
- 6.4. Subvenciones y ayudas.

## 7. CONCLUSIONES

Valoración integral del Plan de Empresa, señalando la coherencia entre las diferentes partes, sus puntos fuertes y débiles y las oportunidades y amenazas del mercado (análisis DAFO), con el ánimo de convencer a posibles inversores.