

Creación de Empresas

Código: 102364
Créditos ECTS: 6

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

Contacto

Nombre: Carlos Guallarte Nuez

Correo electrónico: carlos.guallarte@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consultarlo a través de este [enlace](#). Para consultar el idioma necesitará introducir el CÓDIGO de la asignatura. Tenga en cuenta que la información es provisional hasta el 30 de noviembre del 2023.

Prerrequisitos

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.

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.
- 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. Fundamentar decisiones de estrategia empresarial.
14. Identificar las diferencias en la aplicación del marketing a diferentes sectores económicos o tipologías de organizaciones.
15. Iniciativa y capacidad de trabajar de forma autónoma cuando la situación lo requiera.
16. Liderar equipos multidisciplinarios y multiculturales, implementar nuevos proyectos, coordinar, negociar y gestionar los conflictos.
17. Organizar el trabajo, con relación a una buena gestión del tiempo y a su ordenación y planificación.

18. Organizar el trabajo, con respecto a una buena gestión del tiempo y a su ordenación y planificación.
19. Relacionar la estrategia empresarial con los objetivos de las empresas y su desglose por departamentos o unidades de trabajo.
20. Seleccionar y generar la información necesaria para cada problema, analizarla y tomar decisiones partiendo de esta información.
21. Tomar decisiones en situaciones de incertidumbre y mostrar un espíritu emprendedor e innovador.
22. Valorar el compromiso ético en el ejercicio profesional.
23. Valorar la importancia de las relaciones comerciales a largo plazo con los clientes (marketing de relaciones).
24. Valorar los principales conceptos e instrumentos del marketing.

Contenido

1. Introducción: relevancia de la creación de empresas en la actualidad. Formas de iniciarse como empresario.
2. Proceso de creación de empresas. Proceso estratégico: Modelo de negocio. Canvas y Lean Startup.
3. El Plan de Empresa.
4. Financiación de la nueva empresa
5. **Venture management: intrapreneurship o corporate entrepreneurship.**

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.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases prácticas	17	0,68	1, 3, 12, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 21, 20, 24, 23
Clases teóricas	32,5	1,3	1, 3, 12, 4, 5, 7, 9, 11, 10, 14, 15, 16

Tipo: Supervisadas

Tutorías y seguimiento	13	0,52	3, 4, 5, 6, 9, 13, 15, 16, 18, 21, 20
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, 15, 16, 17, 21, 19, 20

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) 20%: Examen final/elevator pitch
- c) 30%: Seguimiento del curso (Casos prácticos, presentaciones y discusiones realizadas a lo largo de curso)

Todos los alumnos tienen la obligación de realizar las tareas evaluables. Si la nota de curso del alumno es 5 o superior, se considera superada la asignatura y ésta no podrá ser objeto de una nueva evaluación. En el caso de una nota inferior a 3,5, el estudiante tendrá que repetir la asignatura el siguiente curso. Para aquellos estudiantes que la nota de curso sea igual o superior a 3,5 e inferior a 5 podrán presentarse a la prueba de recuperación. Los profesores de la asignatura decidirán la modalidad de esta prueba. Cuando la nota de la prueba de recuperación sea igual o superior a 5, la calificación final de la asignatura será de APROBADO siendo la nota numérica máxima un 5. Cuando la nota de la prueba de recuperación sea inferior a 5, la cualificación final de la asignatura será de SUSPENSO siendo la nota numérica la nota de curso (y no la nota de la prueba de recuperación).

Un estudiante que no se presenta a ninguna prueba evaluatoria se considera no evaluable, por lo tanto, un estudiante que realiza algún componente de evaluación continuada ya no puede ser calificado con un "no evaluable"

Calendario de actividades de evaluación

Las fechas de las diferentes pruebas de evaluación (exámenes parciales, ejercicios en aula, entrega de trabajos, ...) se anunciarán con suficiente antelación durante el semestre.

La fecha del examen final de la asignatura está programada en el calendario de exámenes de la Facultad.

"La programación de las pruebas de evaluación no se podrá modificar, salvo que haya un motivo excepcional y debidamente justificado por el cual no se pueda realizar un acto de evaluación. En este caso, las personas responsables de las titulaciones, previa consulta al profesorado y al estudiantado afectado, propondrán una nueva programación dentro del período lectivo correspondiente." **Apartado 1 del Artículo 115. Calendario de las actividades de evaluación (Normativa Académica UAB)**

Los y las estudiantes de la Facultad de Economía y Empresa que de acuerdo con el párrafo anterior necesiten cambiar una fecha de evaluación han de presentar la petición rellenando el documento Solicitud reprogramación prueba https://eformularis.uab.cat/group/deganat_feie/solicitud-reprogramacion-de-pruebas

Procedimiento de revisión de las calificaciones

Coincidiendo con el examen final se anunciará el día y el medio en que se publicarán las calificaciones finales. De la misma manera se informará del procedimiento, lugar, fecha y hora de la revisión de exámenes de acuerdo con la normativa de la Universidad.

Proceso de Recuperación

"Para participar en el proceso de recuperación el alumnado debe haber sido previamente evaluado en un conjunto de actividades que represente un mínimo de dos terceras partes de la calificación total de la asignatura o módulo." **Apartado 3 del Artículo 112 ter. La recuperación (Normativa Académica UAB).** Los y las estudiantes deben haber obtenido una calificación media de la asignatura entre 3,5 y 4,9.

La fecha de esta prueba estará programada en el calendario de exámenes de la Facultad. El estudiante que se presente y la supere aprobará la asignatura con una nota de 5. En caso contrario mantendrá la misma nota.

Irregularidades en actos de evaluación

Sin perjuicio de otras medidas disciplinarias que se estimen oportunas, y de acuerdo con la normativa académica vigente, "en caso que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con un 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que se pueda instruir. En caso que se produzcan diversas irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0". **Apartado 10 del Artículo 116. Resultados de la evaluación. (Normativa Académica UAB)**

Esta asignatura no prevé el sistema de evaluación única

Actividades de evaluación continuada

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, 21, 19, 20, 22, 24, 23
Examen final	20%	1,5	0,06	1, 3, 12, 5, 7, 9, 11, 10, 13, 14, 19, 20, 24, 23
Presentaciones	30%	2	0,08	1, 2, 12, 5, 6, 10, 13, 16, 21, 19, 20

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.

GUALLARTE, C. (2022): *Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo Cataluña 2021-22*. 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.

URBANO, D. Y TOLEDANO, N. (2008): *Invitación al emprendimiento. Una aproximación a la creación de empresas*. Colección Economía y Empresa. Editorial UOC: Barcelona.
(<https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/56526>)

VECIANA, J.M^a. (2005): *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*, Colección Estudios Económicos. Servicio de Estudios de La Caixa.
(<https://www.caixabankresearch.com/es/hemeroteca/coleccion-estudios-economicos>)

Software

Microsoft Office