

**Proyecto/Guía docente de la asignatura**

Asignatura	CREACIÓN DE EMPRESAS		
Materia	CREACIÓN DE EMPRESAS		
Módulo	MATERIAS COMUNES A TODAS LAS MENCIONES		
Titulación	GRADO EN INGENIERÍA DE TECNOLOGÍAS ESPECÍFICAS DE TELECOMUNICACIÓN		
Plan	512	Código	46676
Periodo de impartición	2º CUATRIMESTRE	Tipo/Carácter	OPTATIVA
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	4º
Créditos ECTS	6 ECTS		
Lengua en que se imparte	CASTELLANO		
Profesor/es responsable/s	Pedro Benito Moyano Pesquera		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	TELÉFONO: 983 18 5672 E-MAIL: pedro.moyano@uva.es DESPACHO: 2L014		
Departamento	ECONOMÍA APLICADA		
Fecha de revisión por el Comité de Título			

1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Las sociedades y las economías dinámicas se caracterizan por una elevada tasa de natalidad empresarial. Las nuevas empresas sustituyen a las que ya han completado su ciclo vital, canalizando las oportunidades de negocio proporcionadas por los cambios tecnológicos, los mercados, las instituciones o la sociedad. Así contribuyen al crecimiento económico, a la modernización de la economía y a la creación de empleo.

El mercado laboral en los últimos años ha experimentado una progresiva degradación en cantidad y calidad: el desempleo ha crecido y las condiciones de trabajo han empeorado. Aunque en menor grado que el resto de actividades, el sector de las telecomunicaciones también se ha visto afectado por esta situación, y lo que es más importante, todo indica que en el futuro el mercado laboral no volverá a ser como antes. Cuando las perspectivas de obtener un empleo por cuenta ajena en el sector privado se reducen y en el sector público desaparecen, solo queda la alternativa del autoempleo creando una empresa. Pero, crear una empresa viable no es fácil: además de los conocimientos técnicos (propios de cada titulación), son necesarios conocimientos específicos que permitan abordar la aventura empresarial.

Esta asignatura, además de fomentar los valores propios de la persona emprendedora, tiene como objetivo primordial descubrir y aprender el proceso que transcurre desde que surge una idea de negocio hasta el momento de la venta del producto o del servicio ofrecido por la empresa constituida a partir de esa idea inicial. Para ello se incide en los principales componentes del proceso de creación de empresas: el perfil del empresario, la identificación y evaluación de oportunidades empresariales, las etapas a seguir para crear una empresa, el plan de empresa, las vías de financiación, las distintas formas jurídicas que puede adoptar la empresa y las ayudas disponibles en las distintas administraciones.

1.2 Relación con otras materias

La asignatura está especialmente relacionada con “*Introducción a la Economía y a la Empresa*”, impartida en el primer cuatrimestre del primer curso, donde se adquieren los conocimientos básicos para entender el funcionamiento de la economía, los mercados y las decisiones de las empresas.

1.3 Prerrequisitos

Es necesario haber superado la asignatura “*Introducción a la Economía y a la Empresa*” de la materia Empresa perteneciente al “Bloque de Materias Básicas”.

2. Competencias

2.1 Generales

- GB1. Capacidad de razonamiento, análisis y síntesis.
- GB2. Capacidad para relacionar conceptos y adquirir una visión integrada, evitando enfoques fragmentarios.
- GB4. Capacidad para trabajar en grupo, participando de forma activa, colaborando con sus compañeros y trabajando de forma orientada al resultado conjunto, y en un entorno multilingüe.
- GB7. Conocimiento de los aspectos económico-financieros y de los elementos básicos de gestión de recursos humanos, organización y planificación de proyectos.
- GBE3. Capacidad para resolver problemas con iniciativa, creatividad y razonamiento crítico.
- GE4. Capacidad para redactar, desarrollar y firmar proyectos en el ámbito de la ingeniería de telecomunicación, que satisfagan las exigencias técnicas, estéticas y de seguridad, aplicando elementos básicos de gestión económica-financiera, de recursos humanos, organización y planificación de proyectos. Los proyectos tendrán por objeto, según la especialidad, la concepción, el desarrollo o la explotación de redes, servicios y aplicaciones de telecomunicación y electrónica.
- GE6. Capacidad, y compromiso ético en la elaboración de soluciones de ingeniería y en las diversas situaciones de gestión de recursos humanos y de gestión económica, así como capacidad para comprender el impacto de las soluciones de Ingeniería en un contexto social global.
- GC1. Capacidad de organización, planificación y gestión del tiempo.
- GC2. Capacidad para comunicar, tanto por escrito como de forma oral, conocimientos, procedimientos, resultados e ideas relacionadas con las telecomunicaciones y la electrónica.
- GC3. Capacidad para trabajar en cualquier contexto, individual o en grupo, de aprendizaje o profesional, local o internacional, desde el respeto a los derechos fundamentales, de igualdad de sexo, raza o religión y los principios de accesibilidad universal, así como la cultura de paz.

2.2 Específicas

3. Objetivos

Al finalizar la asignatura el alumno deberá ser capaz de:

- Comprender, desde una visión sistémica, la empresa, sus subsistemas funcionales (financiero, producción y comercialización), así como sus interrelaciones y comportamiento dinámico.
- Interpretar y evaluar información empresarial y familiarizarse con la toma de decisiones desde una perspectiva global.
- Comprender la naturaleza de los modelos de negocio.
- Conocer el proceso de emprender y elaborar un plan de empresa.
- Evaluar los instrumentos que tienen a su disposición las autoridades públicas para poner en práctica las políticas de investigación, desarrollo tecnológico e innovación.



4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: EL ORIGEN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Carga de trabajo en créditos ECTS: 2,4

a. Contextualización y justificación

La sociedad no puede concebirse sin empresas: son muy pocas las actividades que los individuos realizan que no estén relacionadas de una manera u otra con alguna empresa. Pero las empresas no surgen por generación espontánea, de ahí la necesidad de concienciar a los alumnos acerca de la importancia de ser emprendedor. En este sentido, fomentar este espíritu para desarrollar actitudes proactivas hacia la creación de empresas es uno de los objetivos de este bloque temático. Ello solo será posible cuando el alumno conozca los rasgos que distinguen a los emprendedores para que pueda identificar el potencial que lleva dentro.

El emprendedor ha de saber que toda empresa, por muy pequeña que sea, debe crearse y desarrollarse sobre unos principios universales. Las nuevas pequeñas empresas presentan una serie de ventajas, que deben ser aprovechadas, y, por supuesto, inconvenientes, que deben salvarse. En este primer bloque la empresa se presenta desde un doble enfoque: por una parte, como unidad básica de producción en la economía, destacando sus funciones e interrelaciones con el resto de agentes económicos; y, por otra, como un sistema conformado por diversos subsistemas.

No se puede comenzar ningún proyecto empresarial sin una correcta planificación. El primer paso en la planificación es realizar un adecuado análisis estratégico, distinguiendo entre el análisis externo e interno. El análisis externo coincide con el análisis del entorno de la empresa. Es importante que el alumno entienda que para que una empresa tenga éxito se deben conocer las amenazas y oportunidades tanto del entorno genérico como del específico. Así mismo, cualquier empresa debe identificar sus debilidades y fortalezas para lo que deberá realizar un buen análisis interno de sus recursos y capacidades.

b. Objetivos de aprendizaje

Al finalizar este bloque temático, el alumno deberá ser capaz de:

- Identificar las cualidades del emprendedor
- Conocer qué es emprender, qué factores han de tenerse en cuenta a la hora de emprender y con qué herramientas puede contar
- Reconocer el papel de las empresas en la economía
- Clasificar una empresa en función de su actividad, tamaño y forma jurídica
- Comprender los aspectos relevantes del entorno que tiene influencia en la nueva empresa.
- Identificar las oportunidades y amenazas del entorno
- Conocer la naturaleza de los modelos de negocio.
- Describir los elementos que componen un modelo de negocio

c. Contenidos

Tema 1. La empresa y el empresario

Tema 2. El inicio de la actividad empresarial: la idea y el modelo de negocio

Tema 3. Del modelo de negocio al Plan de Empresa

Tema 4. El entorno de la empresa: sector y mercado

d. Métodos docentes

- Clase magistral participativa: exposición realizada por el profesor para que el alumno conozca los conceptos teóricos que configuran los temas estudiados, potenciando la participación activa de los estudiantes
- Clases prácticas: dedicadas a la resolución de casos prácticos previamente planteados por el profesor.

e. Plan de trabajo

El plan de trabajo que aquí se presenta es una planificación orientativa de la asignatura. Si bien el objetivo es seguir lo más fielmente posible dicha planificación, no debe entenderse como algo totalmente cerrado e inflexible, sino que puede modificarse y adaptarse si las circunstancias así lo requieren.

Semana	Actividades
1	Clase teórica relativa al tema 1. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 1
2	Clase teórica relativa al Tema 2. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 2
3	Clase teórica relativa al Tema 2. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 2
4	Clase teórica relativa al Tema 3. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 3
5	Clase teórica relativa al Tema 4. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 4
6	Clase teórica relativa al Tema 4. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 4

f. Evaluación

La evaluación de la adquisición de competencias se basará en:

- Valoración de la actitud y participación del alumno en las actividades formativas.
- Resolución de las prácticas propuestas y los proyectos planteados.

En general, la asignatura sigue un sistema de evaluación continua a partir del trabajo realizado en el aula y del proyecto que los alumnos deberán elaborar a lo largo del cuatrimestre

g. Material docente

Enlace a la Plataforma Leganto de la Biblioteca de la UVA donde encontrar la bibliografía recomendada:
https://buc-uva.alma.exlibrisgroup.com/leganto/public/34BUC_UVA/lists/5055316000005774?auth=SAML

g.1 Bibliografía básica

- Barroso Castro, C. (Coord.) (2012). *Economía de la empresa*, Editorial Pirámide. 2ª Ed. ISBN: 978-84-368-2719-4.
- González Domínguez, F.J. (2012). *Creación de empresas. Guía del emprendedor*, Editorial Pirámide. 4ª Ed. ISBN: 978-84-368-2690-6
- Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2016). *Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*, Ediciones Deusto. ISBN: 9788423427994.

g.2 Bibliografía complementaria

- Amaru Maximiano, A.C. (2012). *Administración para emprendedores. Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. Pearson Educación. 4ª Ed. ISBN: 9789702615118
- Cañas Madueño, J.A. (2009) *Economía de la empresa: teoría y práctica*. Universidad de Córdoba. ISBN: 9788478019755

- Castillo Clavero, A.M. (Dir.) (2013). *Introducción a la economía y administración de empresas*, Editorial Pirámide. ISBN: 9788436817140
- Clark, T. y Osterwalder, A. (2012). *Tu Modelo de negocio*, Ediciones Deusto. ISBN: 9788423411344.
- Minondo Urzainqui, A. (2014): *Modelo de negocio: Diseño mediante el lienzo CANVAS*. Disponible en: http://sugestion.quned.es/conocimiento/ficha/def/modelo_negocio
- Osterwalder, A. (2015). *Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*. Ediciones Deusto. ISBN: 9788423419517.
- Piñeiro García, P., Arévalo Tome, R. y García-Pintos, A. (2010). *Introducción a la economía de la empresa. Una visión teórico-práctica*, Delta. ISBN: 9788492954124
- Ventura, J. (2009). *Análisis Estratégico de la Empresa*, Paraninfo. ISBN: 9788497323024

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

Materiales "online" generados para la asignatura disponibles en el Campus Virtual.

h. Recursos necesarios

Serán necesarios los siguientes recursos, todos ellos facilitados por la UVA o el profesor:

- Entorno de trabajo en la plataforma Moodle ubicado en el Campus Virtual de la Universidad de Valladolid.
- Diversa documentación de apoyo.

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
2,4	10 de febrero al 21 de marzo (24 sesiones presenciales de 50 minutos de duración cada sesión).

Bloque 2: EL PROCESO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA

Carga de trabajo en créditos ECTS: 3,6

a. Contextualización y justificación

Todo proceso de creación de una empresa tiene su germen en la aparición de la idea de negocio, pero una cosa es tener una idea y otra materializarla en un producto o servicio. Materializar la idea implica, entre otras muchas cosas, decidir las características de la empresa que habrá que crear para elaborar el producto o suministrar el servicio. El Plan de Empresa o *Business Plan* es la herramienta fundamental para establecer los diferentes hitos, metas, puntos débiles y fortalezas de la idea de negocio, permitiendo analizar en profundidad la viabilidad real de la idea inicial.

Cualquier proyecto empresarial debe concretarse documentalmente en el Plan de Empresa. En él se recogerán de manera ordenada los elementos y acciones necesarios para crear, constituir y poner en marcha la nueva empresa, reflejando ordenada y racionalmente todas las eventualidades del proyecto empresarial dentro de un determinado horizonte temporal. Por ello, el Plan de Empresa constituye un instrumento imprescindible tanto en la implementación de la empresa como en la gestión de sus primeros años de vida, sirviendo, a su vez, como tarjeta de presentación ante terceros.

Independientemente de su forma final, el Plan de Empresa se asienta en tres pilares: plan estratégico, plan de marketing y plan financiero. El **plan estratégico** recoge los elementos sobre los que se sustentará tanto la creación como la puesta en marcha: objeto social, objetivos a largo plazo, procesos y sistemas de trabajo, estructura organizativa, cultura empresarial, etc. El **plan de marketing** recoge todas las acciones que se piensan emprender relativas a producto, distribución, comunicación, ventas y precio. El **plan financiero** debe poner en evidencia la viabilidad del proyecto empresarial, mediante la valoración de la estructura económica y financiera de la empresa que se pretende crear, así como su viabilidad futura.

b. Objetivos de aprendizaje

Al finalizar este bloque temático, el alumno deberá ser capaz de:

- Conocer qué es y para qué se realiza un plan de empresa.
- Elaborar un plan de empresa, técnicamente correcto.

c. Contenidos

Tema 5. El plan de marketing
Tema 6. El plan producción
Tema 7. El plan de recursos humanos
Tema 8. El plan de inversiones y financiación
Tema 9. El plan económico financiero

d. Métodos docentes

- Clase magistral participativa: exposición realizada por el profesor para que el alumno conozca los conceptos teóricos que configuran los temas estudiados, potenciando la participación activa de los estudiantes
- Clases prácticas: dedicadas a la resolución de casos prácticos previamente planteados por el profesor o la presentación por los alumnos del avance de su plan de empresa.

e. Plan de trabajo

El plan de trabajo que aquí se presenta es una planificación orientativa de la asignatura. Si bien el objetivo es seguir lo más fielmente posible dicha planificación, no debe entenderse como algo totalmente cerrado e inflexible, sino que puede modificarse y adaptarse si las circunstancias así lo requieren.

Semana	Actividades
7	Clase teórica relativa al Tema 5. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 5
8	Clase teórica relativa al tema 5. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 5
9	Clase teórica relativa al tema 6. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 6
10	Clase teórica relativa al tema 6. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 6
11	Clase teórica relativa al Tema 7. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 7
12	Clase teórica relativa al tema 8. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 8
13	Clase teórica relativa al Tema 9. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 9
14	Clase teórica relativa al tema 9. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 9
15	Clase teórica relativa al Tema 9. Realización de una práctica en aula correspondiente al Tema 9

f. Evaluación

La evaluación de la adquisición de competencias se basará en:

- Valoración de la actitud y participación del alumno en las actividades formativas.
- Resolución de las prácticas propuestas y los proyectos planteados.

g Material docente

Enlace a la Plataforma Leganto de la Biblioteca de la UVA donde encontrar la bibliografía recomendada:

https://buc-uva.alma.exlibrisgroup.com/leganto/public/34BUC_UVA/lists/5055316000005774?auth=SAML

g.1 Bibliografía básica

- Castro Abancéns, I. y Rufino Rus, J.I. (2015). *Creación de empresas para emprendedores*, Ediciones Pirámide. ISBN: 9788436834109.
- González Domínguez, F.J. (2012). *Creación de empresas. Guía del emprendedor*, Editorial Pirámide. ISBN: 9788436826906.
- Priede, T.; López-Cózar, C. y Benito, S. (2010). *Creación y desarrollo de empresas*, Editorial Pirámide. ISBN: 9788436824193.

g.2 Bibliografía complementaria

- Barrow, C. (2012). *Emprender un negocio para dummies*, Editorial CEAC. ISBN: 9788432900037.
- Gil Estallo, M.A. y Giner de la Fuente, F. (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*, ESIC editorial, ISBN: 9788473569705.
- Gil Estallo, M.A.; Giner de la Fuente, F. y Martí Pidelaserra, J. (2011). *Emprende: convierte tu sueño en realidad*, ESIC editorial, ISBN: 978-84-7356-756-5.
- Gómez Gras, J.Mª; Fuentes Fuentes, Mª del M.; Batista Canino, R.Mª; Hernández Mogollón, R. (2012). *Manual de casos sobre creación de empresas en España*, McGraw-Hill. ISBN: 978-84-481-7991-5.
- Hernández Mogollón, R.; Fuentes Fuentes, M. Y Rodríguez Ariza, L. (Coords.) (2009): *Creación de empresas. Aproximación al estado del arte*. Juruá Editora; ISBN: 978-989-8312-01-3.
- Jiménez Quintero, J.A. (2012). *Creación de empresas. Tipología de empresas y viabilidad estratégica*, Editorial Pirámide. ISBN: 978-84-368-2659-3.
- Medina, A. (2013). *Hoja de ruta para emprendedores. Crear una empresa en tiempos difíciles*, Ediciones Pirámide. ISBN: 9788436828993.

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

Materiales "online" generados para la asignatura disponibles en el Campus Virtual.

h. Recursos necesarios

Serán necesarios los siguientes recursos, todos ellos facilitados por la UVA o el profesor:

- Entorno de trabajo en la plataforma Moodle ubicado en el Campus Virtual de la Universidad de Valladolid.
- Diversa documentación de apoyo.

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
3,6	24 de marzo al 29 de mayo (36 sesiones presenciales de 50 minutos de duración cada sesión)

5. Métodos docentes y principios metodológicos

- Clase magistral participativa: exposición realizada por el profesor para que el alumno conozca los conceptos teóricos que configuran los temas estudiados, potenciando la participación activa de los estudiantes
- Clases prácticas: dedicadas a la resolución de casos prácticos previamente planteados por el profesor.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES o PRESENCIALES A DISTANCIA ⁽¹⁾	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas	30	Estudio y trabajo autónomo individual	70
Clases prácticas de aula	28	Estudio y trabajo autónomo grupal	20
Evaluación	2		
Total presencial	60	Total no presencial	90
TOTAL presencial + no presencial			150

(1) Actividad presencial a distancia es cuando un grupo sigue una videoconferencia de forma síncrona a la clase impartida por el profesor para otro grupo presente en el aula.

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Prácticas realizadas en aula	30%	Se valorará el esfuerzo constante y la participación activa del estudiante en las actividades programadas
Documento final del Proyecto	40%	Se valorará además del contenido y el formato del trabajo, la originalidad del mismo.
Presentación y defensa del Plan de Empresa	30%	La valoración de cada Plan será realizada, además de por el profesor, por el resto de alumnos de acuerdo a unos criterios prefijados

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria ordinaria: Es requisito obligatorio para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria entregar, presentar y defender ante el resto de compañeros un Plan de Empresa. • Convocatoria extraordinaria: Teniendo en cuenta que la participación en la convocatoria extraordinaria no puede quedar sujeta a la asistencia a clase ni a la presencia en pruebas anteriores (Art. 35.4 del ROA) y considerando que no es posible evaluar los objetivos de aprendizaje derivados de la "Presentación y defensa del Plan de Empresa", la calificación final en la convocatoria extraordinaria dependerá exclusivamente de la nota del Plan de Empresa.

8. Consideraciones finales