

PLAN DE NEGOCIO

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código	36286
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas
Mención	Creación y Dirección de Empresas
Carácter	Formación Básica
Curso	4º
ECTS	4,5

EQUIPO DOCENTE

Nombre	Departamento	Horario tutorías
Alonso Senent, Jorge	Contabilidad	Jueves de 15:00 a 17:00 (con cita previa)

RESUMEN

La asignatura Plan de Negocio, ubicada en el Grado de ADE para emprendedores, cuarto curso, primer semestre, tiene como objetivo básico el que los alumnos adquieran las técnicas que les permitan el transformar una idea de negocio en un Plan dimensionado numéricamente a fin de que, en un futuro, gracias a estos conocimientos, puedan crear una empresa (emprender) o abordar un nuevo reto empresarial dentro de una ya constituida ("intraemprender").

Durante las clases se desarrollará la viabilidad técnica, económico-financiera y legal de una empresa, de tal modo que, entre otros aspectos, se verá el estudio y desarrollo de la idea, el marco legal, la definición de hipótesis y escenarios, el diseño del plan económico-financiero, el plan de contingencia, etc.

La enseñanza teórica se combinará y sincroniza con casos prácticos de las distintas partes del plan de negocio para ahondar y compartir las distintas perspectivas de cada área.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Es muy conveniente que los alumnos dispongan de conocimientos lo más sólidos posibles, de algunas asignaturas vistas en cursos anteriores, como son: Contabilidad Financiera, Análisis de Estados Financieros, Marketing, Investigación de Mercados, Financiación, Fiscalidad, Costes, Derecho Mercantil y Cultura Emprendedora.

COMPETENCIAS

BÁSICAS Y GENERALES:

El desarrollo de las competencias específicas está relacionado con las siguientes competencias básicas y generales del Grado de Administración y Dirección de Empresas, mención Creación y Dirección de Empresas, Itinerario Emprendedores:

- GI.1 - Capacidad de análisis y síntesis.
- GI.2 - Capacidad de organización y planificación.
- GI.5 - Capacidad para utilizar las TICs en el ámbito de estudio.
- GI.6 - Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.
- GI.7 - Capacidad para la resolución de problemas.
- GI.8 - Capacidad de tomar decisiones.
- GI.10 - Capacidad para transmitir y comunicar ideas y planteamientos complejos tanto a un público especializado como no especializado.
- GP.1 - Capacidad para trabajar en equipo.
- GP.3 - Capacidad crítica y autocrítica.
- GP.5 - Gestionar el tiempo de modo efectivo.
- GS.1 - Capacidad de aprendizaje autónomo.
- GS.3 - Creatividad.

ESPECÍFICAS:

Con la asignatura de Plan de Negocio se pretende que el/la estudiante desarrolle las siguientes competencias:

- EA.8 - Capacidad para definir, resolver y exponer de forma sistémica
- EA.21 - Capacidad para elaborar la documentación societaria y del registro mercantil.
- EA.26 - Comprender el impacto de las variables económicas, político-legales, socioculturales, tecnológicas y medioambientales sobre la actividad empresarial.

EA.29 - Saber plantear objetivos y estrategias en los diferentes niveles de la organización así como valorar las implicaciones y necesidades para su consecución.

EA.30 - Capacidad para planificar, organizar, controlar y evaluar la puesta en práctica de las estrategias empresariales.

EA.35 - Conocer las características de los emprendedores y saber elaborar planes de empresa efectivos, estableciendo las condiciones necesarias para llevarlos a la práctica.

EA.67 - Ser capaz de elaborar un plan de marketing tanto a nivel estratégico como operativo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Como resultado del aprendizaje de esta asignatura se espera que los/las estudiantes sean capaces de:

- Saber buscar la información necesaria para el diseño y desarrollo de un proyecto de negocio.
- Saber gestionar correctamente los errores y los obstáculos más importantes en la puesta en marcha de un negocio.
- Conocer la estructura de un plan de negocios y sus diferentes apartados.
- Comprender la importancia de la visión, misión, objetivos, valores, cultura y estrategia de la empresa.
- Saber utilizar correctamente la metodología de plan de negocio.
- Aplicar las técnicas adecuadas para diseñar la idea de negocio.
- Saber realizar el estudio de mercado y de todas las áreas de la idea de negocio: finanzas, producción, distribución, ventas y recursos humanos.
- Evaluar diferentes modelos de negocio a través de la metodología plan de negocio.
- Conocer los principales aspectos legales para la puesta en marcha de un negocio.
- Buscar información, recursos e instrumentos para tomar las decisiones adecuadas en el proceso de creación y desarrollo de negocios emprendedores.
- Realizar proyecciones e inferencias a partir de datos contables y financieros y elaborar escenarios.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

Tema 1. Concepto y Estructura de Plan de negocio.

- 1.1.- Plan de negocio: Definición y contexto dentro de las fases de creación de una empresa.
- 1.2.- Importancia y utilidad del Plan de negocio.
- 1.3.- Estructura del Plan de negocio.
- 1.4.- Consideraciones prácticas antes de elaborar un Plan de Negocio.
- 1.5.- Causas del éxito o fracaso de un Plan de Negocio.
- 1.6.- El resumen ejecutivo.

Tema 2. La idea de negocio.

- 2.1.- Aspectos básicos a contemplar en la idea de negocio.
- 2.2.- ¿Cómo se generan ideas empresariales?
- 2.3.- Causas de éxito y fracaso habituales de las ideas de negocio.
- 2.4.- Factores de riesgo habituales a contemplar en el desarrollo de las ideas de negocio.
- 2.5.- Test de potencialidad de la idea de negocio (Test de Bermejo).
- 2.6.- Análisis de la situación interna y externa.
- 2.7.- Análisis DAFO y CAME.

Tema 3. Misión, visión, objetivos, cultura y estrategia.

- 3.1.- La Misión en el contexto del Plan de Negocio.
- 3.2.- La Visión en el contexto del Plan de Negocio.
- 3.3.- Los Objetivos en el contexto del Plan de Negocio.
- 3.4.- La Cultura empresarial en el contexto del Plan de Negocio.
- 3.5.- La Estrategia en el contexto del Plan de Negocio.

Tema 4. Marketing Estratégico: Estudio de mercado.

- 4.1.- Objetivos del Estudio de mercado dentro del Plan de Negocio
- 4.2.- Determinación del cliente objetivo y de su potencial de futuro.
- 4.3.- Determinación de la evolución del mercado en el ámbito en que se va actuar y su presumible evolución futura.

- 4.4.- Análisis de la competencia.
- 4.5.- Análisis de productos/servicios sustitutivos y/o complementarios.
- 4.6.- Instrumentos específicos para la investigación de mercados.

Tema 5. Plan Operativo de Marketing.

- 5.1.- El Público Objetivo.
- 5.2.- Los productos o servicios.
- 5.3.- Ubicación.
- 5.4.- Nuestros precios y márgenes: Métodos para la fijación de la política de precios.
- 5.5.- La Estrategia de Comunicación y la imagen de marca.
- 5.6.- La distribución: Canales de comercialización.
- 5.7.- Plan de Ventas.
- 5.8.- Cronograma de las acciones de marketing.
- 5.9.- Presupuesto de las acciones de marketing.

Tema 6. Plan de producción.

- 6.1.- Descripción de los procesos generales de producción y protocolos de realización de servicios.
- 6.2.- Los procesos de diseño y de I+D
- 6.3.- Detalle de recursos materiales: infraestructuras, equipamiento, tecnología y mantenimiento.
- 6.4.- Cálculo de costes operativos
- 6.5.- Nuestros proveedores y otros intermediarios.
- 6.6.- Calendario de puesta en marcha: el recurso tiempo.
- 6.7.- El control de calidad

Tema 7. Plan de recursos humanos

- 7.1.- La estructura organizativa de la empresa.
- 7.2.- La definición y el reparto de tareas y funciones: Perfiles de puestos de trabajo.
- 7.3.- La captación y la capacitación de los recursos humanos.
- 7.4.- Política retributiva: Costes laborales
- 7.5.- Plan de incorporaciones.

Tema 8. Plan financiero

- 8.1.- Las inversiones no corrientes y el plan de amortizaciones del inmovilizado.
- 8.2.- Las inversiones corrientes.
- 8.3.- Los sistemas y las tecnologías de la información y las comunicaciones.
- 8.4.- Las fuentes de financiación del proyecto.
- 8.5.- Los gastos de explotación.
- 8.6.- Los aspectos impositivos.
- 8.7.- Elaboración de proyecciones y estados financieros fundamentales del plan de negocio: presupuesto de tesorería, balance previsional y cuenta de resultados previsional.
- 8.8.- Cuadro de indicadores para el análisis de la viabilidad económico-financiera del Plan.
- 8.9.- La valoración del Plan de Negocio.
- 8.10.- Análisis de sensibilidad y planes de contingencia.

Tema 9. Aspectos legales y puesta en marcha

- 9.1.- Plan legal: constitución y trámites.
- 9.2.- Formas jurídicas.
- 9.3.- Órgano de Administración.
- 9.4.- Autorizaciones administrativas y Registros.
- 9.5.- Aspectos sociolaborales.
- 9.6.- Seguros.
- 9.7.- Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Protección de datos.
- 9.8.- Otras consideraciones legales: Régimen de responsabilidad penal de las personas jurídicas.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de teoría (presentación de contenidos esenciales)	20	Sí
Clases de práctica (ver Cronograma)	25	Sí
Estudio y trabajo autónomo	45	No
Elaboración de trabajos en equipo	22,5	No
	TOTAL	112,5

METODOLOGÍA DOCENTE

Las clases se basarán en la impartición de lecciones magistrales con carácter teórico-práctico, de tal manera que, en base a la teoría explicada tanto desde un punto de vista doctrinal como desde su aplicación real en el mundo empresarial, se aborden con garantías la resolución de diversos casos prácticos. Se valorará positivamente la participación del estudiante, así como su capacidad crítica y de debate.

El profesor pondrá a disposición de los estudiantes el material soporte necesario para el correcto seguimiento de las clases.

EVALUACIÓN

La evaluación de los estudiantes se llevará a cabo mediante evaluación continua y pruebas de síntesis.

1. Evaluación continua.
*Esta parte tendrá una ponderación en la nota final del **40%**.*
2. Prueba de síntesis (examen escrito de contenido teórico-práctico).
*Esta parte tendrá un peso en la nota final del **60%**.*

La evaluación continua es presencial y no recuperable, por tanto, la nota obtenida durante la evaluación continua de la asignatura se mantendrá, tanto en 1ª convocatoria como en 2ª convocatoria. La prueba de síntesis sí será recuperable al final del semestre.

Para aprobar la asignatura deberá obtenerse en la prueba de síntesis una media superior a 5. La nota final se obtendrá ponderando la media de la prueba de síntesis (60%) con la evaluación continua (40%), debiendo obtener una calificación final igual o superior a 5 para superar la asignatura. Si el examen está suspendido, la máxima nota final que se podrá obtener será de 4,5. De este modo, si la nota del examen es inferior a 5 y al aplicar los porcentajes del 60% y 40% la nota final es superior a 4,5, ésta se mantendrá en ese 4,5. Por el contrario, si esta nota fuera inferior a 4,5, se mantendrá la nota obtenida.

La asistencia a clase es obligatoria para un seguimiento óptimo de la asignatura, por lo que la ausencia injustificada a más de un 15% de las sesiones supondrá que al estudiante no se le califique la parte de evaluación continua de cada asignatura. En consecuencia, la nota máxima que podrá alcanzar será la obtenida en la prueba de síntesis, con la ponderación referida del 60%.

1ª Convocatoria:

- **Nota de equipo (40%):** consistirá en uno o más trabajos que solicitará el profesor, vinculados al contenido de la asignatura.
- **Nota del examen (60%):** será necesario aprobar el examen para aprobar la asignatura. El examen puntuará sobre un máximo de 10 puntos, por lo que el aprobado se logrará con un 5.

2ª Convocatoria:

- **Nota de equipo:** se mantiene la misma nota que en la primera convocatoria.
- **Nota del examen:** se podrá presentar a un nuevo examen.

Todos los/as alumnos/as que hayan suspendido la asignatura tienen la obligación de presentarse al examen en esta 2ª convocatoria.

Para ambas convocatorias:

La nota final se obtiene de la media ponderada de las notas de cada parte de la evaluación, siempre que se haya superado la parte correspondiente al examen, convocado de forma oficial por el Centro Universitario EDEM. En el caso de que no se

supere el examen, la nota final será la obtenida en éste, no ponderando las calificaciones obtenidas en la evaluación continua.

Alumnos de 2ª matrícula: los alumnos que no superen la asignatura en 1ª/2ª convocatoria y que no repitan curso, tendrán que matricularse de nuevo. Tendrán derecho a 3ª y 4ª convocatoria. La evaluación será:

- Evaluación continua: 20% de la nota final, que consistirá en la realización de un plan de negocio individual.
- Examen: 80% de la nota final.

Los estudiantes deberán cumplir con las normas de redacción, ortografía y gramática en el desarrollo de sus trabajos y sus pruebas de evaluación, aspectos formales que se tendrán en cuenta en la evaluación de los mismos.

REFERENCIAS

Bibliografía básica:

- La documentación facilitada por el profesor de la asignatura.

Bibliografía complementaria:

- BARÓN PLADEVALL, A. (2013): Manual del Financial Business Plan. Editorial PROFIT.
- BARROW, P. (2007): Cómo preparar y poner en marcha planes de negocio. Editorial GESTION 2000.
- BERTRÁN JORDANA, J. (2003): El Plan de Empresa: metodología para su elaboración. Editorial PPU, SA.
- BORELLO, A. (2000): El plan de negocios. Editorial McGrawHill.
- CASTRO ABACÉNS, I y RUFINO RUS, J.I. (2014): Creación de empresas para emprendedores. Editorial Pirámide.
- FINCH, B. (2002): Cómo desarrollar un Plan de Negocios. Editorial GEDISA.
- LAIN, M. (2004): Cómo confeccionar un Plan de Negocio en una semana. Editorial GESTION 2000.
- MARTI, J.M. y CASISILLAS, T (2014): Cómo hacer un Plan de Empresas. Editorial PROFIT.
- MUÑIZ, L. (2010): Planes de Negocio y Estudios de Viabilidad. Editorial PROFIT.
- NEIRA RODRÍGUEZ, J.A. (2010): Cómo preparar el plan de empresa. Editorial FC.
- NUENO, P. (2007): Emprendiendo hacia el año 2010. Editorial DEUSTO.
- STETTNIUS, W. (2010): Plan de Negocio: Cómo diseñarlo e implementarlo: Todos los pasos desde el diseño a la puesta en marcha y revisión. Editorial PROFIT.
- VELASCO, F. (2007): Aprender a elaborar un Plan de Negocio. Editorial PAIDOS.
- ZORITA LLOREDA, E. (2015): Plan de Negocio. ESIC Editorial.