Universitat Oberta de Catalunya

Servei d'Ocupació de Catalunya

GUÍA DE APRENDIZAJE

Proyecto de empresa

Roger Fosas Ferrer

50 horas

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Ocupació

Unió Europea
Fons social europeu
L'FSE inverteix en el teu futur

Roger Fosas Ferrer

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (UAB). Posgrado en Creación de empresas (UAB). Técnico en Creación de empresas del CEDEM (Ayuntamiento de Manresa), entidad acreditada Red INICIA para la creación de empresas de la Generalitat de Cataluña.

Índice

Presentación.....4

Objetivos......5

Competencias.....6

Contenidos..... 7

Metodología..... 8

Planificación del aprendizaje.....10

Actividades.....12

Evaluación.....13

Herramientas disponibles en el aula.....15

Bibliografía..... 17

Presentación

¿Qué es lo primero que tenemos que hacer si nos planteamos crear un negocio o montar una empresa? Algunos lo llaman plan de empresa, otros, plan de negocio (la traducción literal del conocido *business plan*), también se le llama plan de viabilidad, proyecto de empresa o incluso alguna administración nos lo puede requerir con el nombre de memoria económica. Todos estos nombres sirven para identificar un documento que nos tiene que servir para planificar un proyecto empresarial y evaluar la posibilidad de sacarlo adelante. Seguramente es la primera tarea que tenemos que hacer si nos pasa por la cabeza crear una empresa. Puede ser más grande o más pequeña, productiva o de servicios, que contrate personal o que nosotros seamos los únicos trabajadores. En todos estos casos será necesario hacer un análisis previo y el plan de empresa será la herramienta que nos permitirá hacerlo.

En esta asignatura veremos para qué sirve el plan de empresa, trabajaremos de dónde salen las ideas empresariales, cómo podemos evaluar la viabilidad económica y financiera de esta idea y qué posibilidades puede tener en el mercado. Intentaremos estructurar todos estos conceptos en forma de plan de empresa, que no deja de ser una manera ordenada de plasmar sobre el papel todo aquello que es necesario conocer antes de empezar un negocio. Este es el objetivo de la asignatura.

Objetivos

A pesar de que existen numerosos cursos y herramientas dirigidos a la creación de empresa, casi todos siguen los patrones clásicos de estrategia de mediana empresa en una economía de producción. Este curso presenta como novedad a la microempresa como un elemento relevante de la economía del conocimiento, incidiendo especialmente en sus relaciones en red, en el uso de las nuevas tecnologías y en las innovaciones organizativas que estas comportan.

Los objetivos de aprendizaje son:

- Saber qué es un plan de empresa y para qué sirve.
- Dotarse de herramientas para planificar una iniciativa empresarial en este nuevo entorno.
- Identificar los aspectos clave de un proyecto empresarial.
- Disponer de una primera aproximación a la viabilidad de una idea de negocio.
- Trabajar un caso de creación de empresa.

En definitiva, al acabar el curso tenéis que haber adquirido las competencias suficientes para idear, evaluar y planificar una iniciativa empresarial.

Competencias

En cuando a competencias previas necesarias, no hay requisitos previos para la realización del curso.

La formación se plantea sobre el concepto de competencia. Entendemos por competencia el conjunto integrado y complejo de conocimientos, habilidades y actitudes que se ponen en juego en la ejecución de una determinada actividad (laboral, de aprendizaje, o cualquiera cotidiana).

Las competencias que se detallan a continuación son las que fundamentan el conjunto de contenidos que se presenta en la asignatura.

- Trabajo en red
- Comunicación
- Análisis crítico de recursos y capacidades
- Competencias de relación, colaboración e innovación

Contenidos del curso

1. Qué es y para qué sirve un plan de empresa
    1.1. Concepto de plan de empresa
    1.2. ¿Por qué lo tengo que hacer?

2. El punto de partida. La idea
    2.1. ¿Cómo se generan las ideas empresariales?
    2.2. Si no tenemos ninguna idea, ¿cómo la podemos buscar?

3. De la idea al proyecto
    3.1. Las fuentes de valor de la idea
    3.2. Evitamos los errores más previsibles
    3.3. El riesgo, ¿lo podemos calcular?
    3.4. ¿Qué tiene que contener el plan de empresa?

4. El estudio de mercado
    4.1. ¿Cómo podemos conocer nuestro mercado?
    4.2. ¿Somos competitivos? Análisis DAFO
    4.3. ¿Cómo decidimos el precio?

5. Acabamos de hacer los números
    5.1. Plan de inversiones inicial
    5.2. Plan de financiación
    5.3. Cuenta de resultados
    5.4. Previsión de tesorería

Metodología

El curso se va a desarrollar de acuerdo con la metodología de la Universitat Oberta de Catalunya. En el curso destacan los siguientes elementos metodológicos:

1) Organización del curso. Cada curso tiene delimitadas las competencias previas, las competencias que se deben alcanzar y los objetivos de aprendizaje. Los contenidos se han elaborado basándose en esta información, por lo que los materiales didácticos y las actividades de aprendizaje planteados son las herramientas fundamentales para alcanzar los objetivos y competencias del curso. En el apartado "Planificación del aprendizaje" de esta guía podéis consultar el mapa de navegación del curso. Se interrelacionan objetivos, contenidos, actividades y temporalización, que es una herramienta que permitirá al participante organizar su tiempo con el objetivo final de superar el curso. La temporalización para el estudio se planea teniendo en cuenta el tiempo que es aconsejable dedicar a cada una de las actividades. Si bien cada persona es quien acabará marcando el ritmo de estudio, lo que aquí proponemos está pensado para que se pueda seguir adecuadamente la evaluación continua que se ha establecido.

2) Acción de consultoría. El aprendizaje se basa en la resolución de actividades y casos prácticos que propone el consultor (o profesores virtuales). El profesor consultor se dirige a los participantes para orientarlos y ayudarlos en las dificultades que le surgen en el proceso de aprendizaje y le aporta retroalimentación (*feedback*) de manera constante. Asimismo, comprueba que cada participante alcance los objetivos pedagógicos y desarrolle las competencias profesionales previstas y definidas en la guía de aprendizaje. Hace la evaluación formativa y personalizada del participante según la previsión del curso.

3) Evaluación continua del aprendizaje. Las competencias del curso se alcanzan a partir del planteamiento por parte del consultor de ejercicios o actividades de aprendizaje adaptados a las características del curso. Las actividades se basarán en la aplicación de los conocimientos a situaciones concretas de un puesto de trabajo. Las actividades propuestas serán evaluadas de forma que suponen una evaluación formativa para el participante.

4) Material didáctico. Los participantes disponen de material didáctico específico y de materiales de consulta y orientaciones técnicas propuestas por el consultor. Se recomienda la lectura de los materiales didácticos como base del aprendizaje y del logro de competencias específicas. Con todo, el consultor es quien orientará sobre la lectura de los materiales didácticos y el procedimiento más adecuado para resolver los problemas o casos que se propongan.

Planificación del aprendizaje

Objetivos	Contenidos	Materiales	Actividades	Tiempo
1. Qué es y para qué sirve un plan de empresa	Conocer los aspectos más relevantes de los planes de empresa, su utilidad y razón de ser.	1.1. Concepto de plan de empresa 1.2. ¿Por qué lo tengo que hacer?	**Teoría:** Lectura de la unidad 1 **Práctica:** Debate en torno a las cuestiones planteadas por el consultor	Semana 1 (5 h aprox.)
2. El punto de partida. La idea	Conocer cómo se pueden generar las ideas empresariales y técnicas para mejorarlas. Dotarse de herramientas para planificar una iniciativa empresarial en este nuevo entorno.	2.1. ¿Cómo se generan las ideas empresariales? 2.2. Si no tenemos ninguna idea, ¿cómo la podemos buscar? Técnicas de creatividad: 2.2.1. *Brainstorming* 2.2.2. *Googlestorming* 2.2.2. *Scamper*	**Teoría:** Lectura de la unidad 2 **Práctica:** - Grupo de trabajo: Discusión en el entorno de las ideas empresariales, su importancia y origen - Practicamos técnicas de creatividad	Semana 1 y 2 (11 h aprox.)

3. De la idea al proyecto	Identificar los aspectos clave de un proyecto empresarial. Disponer de una primera aproximación a la viabilidad de una idea de negocio. Trabajar un caso de creación de empresa.	3.1. Las fuentes de valor de la idea 3.2. Evitamos los errores más previsibles 3.3. El riesgo, ¿lo podemos calcular? 3.4. ¿Qué tiene que contener el plan de empresa?	**Teoría:** - Lectura de la unidad 3 - Lectura informe: Errores más habituales en la vida de la persona emprendedora - Lectura guía para la elaboración del plan de empresa **Práctica:** - Ejercicio para hacer una primera evaluación de una idea empresarial -Actividad en el entorno del plan de empresa	Semana 3 (8 h aprox.)
4. El plan de marketing	Dotarse de herramientas para planificar una iniciativa empresarial en este nuevo entorno. Trabajar un caso de creación de empresa.	4.1. ¿Cómo podemos conocer nuestro mercado? 4.1.1. Tipo de fuentes de información que podemos buscar 4.2. ¿Somos competitivos? Análisis DAFO. 4.3. ¿Cómo decidimos el precio?	**Teoría:** Lectura de la unidad 4 **Práctica:** - Grupo de trabajo: Discusión y actividades en el entorno del estudio de mercado	Semana 4 (10 h aprox.)
5. Acabamos de hacer los números	Dotarse de herramientas para planificar una iniciativa empresarial en este nuevo entorno. Trabajar un caso de creación de empresa.	5.1. Plan de inversiones inicial 5.2. Plan de financiación 5.3. Cuenta de resultados 5.4. Previsión de tesorería	**Teoría:** - Lectura de la unidad 5 **Práctica:** - Ejercicios en torno al estudio económico y financiero	Semana 5 (8 h aprox.)
	Trabajar un caso de creación de empresa.		- Trabajar con el propio plan de empresa	Semana 6 (8 h) **Fecha máxima de entrega del plan de empresa**: martes de la última semana del curso.

Actividades

El consultor o consultora propondrá la presentación de un plan de empresa, cuya resolución permitirá la evaluación del curso. Esta actividad se tiene que entregar puntualmente dentro del periodo establecido por el consultor, presentando un esbozo previo y el proyecto final. Además de esta actividad principal también se realizarán otras en forma de ejercicios o casos que, a diferencia de la ya mencionada, no tendrán carácter evaluador, sino que servirán para complementar la anterior y facilitar el estudio de los módulos y consolidar conceptos, si bien su presentación será obligatoria y se tendrán que presentar en los plazos establecidos. La puntualidad en la entrega de las actividades es determinante para ir avanzando con solvencia durante el curso.

Las actividades que hay que llevar a cabo para superar el curso y que permiten identificar el logro de los objetivos del mismo son las que aparecen en el cuadro resumen de planificación del aprendizaje que hemos visto.

.

Evaluación

La metodología de trabajo que se sigue es **la evaluación continua**. La evaluación continua ofrece muchas ventajas en un entorno no presencial de aprendizaje:

- Permite establecer un ritmo de seguimiento y trabajo constante necesario para el aprendizaje de cualquier contenido. El hecho de ir avanzando progresivamente en el estudio, trabajo y asimilación de cada contenido contribuye a llegar, de una forma más fluida, al logro final de unos buenos conocimientos.
- Permite a cada persona ponderar el grado de asimilación del contenido que va trabajando mediante la actividad, a la vez que puede poner de relieve dudas que el estudio individual habría podido hacer pasar inadvertidas.
- Permite al consultor valorar si la persona ha alcanzado o no los conceptos trabajados en cada una de las actividades propuestas. Las actividades de evaluación continua tienen como objetivo que el alumno haga unos ejercicios prácticos que ilustren si es capaz de llevar a la práctica los conceptos que ha ido estudiando. Está claro que su seguimiento requiere un esfuerzo, pero es del todo recomendable su seguimiento y constituye un factor clave para el logro con éxito de los objetivos docentes.

La evaluación continua se basa en el desarrollo de las actividades, casos prácticos, ejercicios y debates que se llevan a cabo durante el curso y que los consultores evalúan. Hay que seguir las indicaciones y los consejos adicionales sobre el formato y la estructura en los que se tienen que resolver las actividades planteadas. También es posible que alguna de las actividades consista en un debate, donde los consultores valorarán las aportaciones y el esfuerzo de participación.

Entrega de las actividades

El estudiante hará llegar las actividades resueltas a través del buzón de entrega de actividades del aula (y cuyo acceso de lectura es exclusivo del profesorado). Este espacio es exclusivo de entrega, NO es el espacio indicado para resolver dudas con el consultor. Para resolver dudas, podéis mandar un mensaje a su correo personal. Las actividades de evaluación continua son personales y su resolución es individual, a menos que se trate de una actividad en grupo. Esto no es obstáculo para que se dé una fase previa de discusión del contenido de la actividad en el ámbito del grupo, pero exige la entrega de una actividad individual y diferenciada. La entrega de una actividad copiada o duplicada de otra persona perteneciente al mismo grupo o a otro comportará la consideración de la actividad como no presentada para todas las personas implicadas.

Calificación

Cada una de las actividades del curso se evalúa a partir de los siguientes parámetros:

Apto: se han alcanzado correctamente los conocimientos

No apto: no se han alcanzado los conocimientos

Mediante el registro de la evaluación continua, accederéis a la nota del curso. Las calificaciones estarán introducidas en el plazo aproximado de una semana desde el cierre del plazo de entrega de la actividad correspondiente. El consultor informará en el tablón de su publicación y podrá proponer un guión de soluciones o los errores más frecuentes que se hayan detectado en la tarea de corrección de las actividades entregadas.

En el caso de que el participante haya superado el curso, recibirá la certificación de Apto. En el caso de no haber superado el curso, la calificación final será No apto.

Herramientas disponibles en el aula

Las funcionalidades de las herramientas disponibles al aula son las siguientes:

Espacio comunicación:

La interacción de los/de las consultores/se con los/las estudiantes se dará, de manera orientativa, siguiendo estas pautas:

Tablón del/ de la profesor/a:

Es el espacio básico de comunicación del/de la consultor/a con los/las estudiantes, de visita imprescindible para el seguimiento del curso. Se podrán encontrar, principalmente, las siguientes informaciones:

- Mensaje de presentación de los y las consultores/se y de bienvenida.
- Guía de aprendizaje.
- Planificación temporal del curso.
- Especificación de las actividades a realizar para seguir la evaluación continuada (incluyente fechas de remisión, etc.).
- Notas varias referentes al seguimiento del curso.
- Puesta en común de respuestas a dudas particulares que se consideren de interés general para el grupo.

Debate:

En este espacio se podrán realizar debates, siempre iniciados por el/por la consultor/a. Estos pueden formar parte de la evaluación continuada o bien, eventualmente, se pueden proponer sin que se incluyan en la evaluación. Se espera la participación activa de las persones participantes en el curso.

Foro:

Este es un espacio de comunicación informal abierto a las iniciativas tanto de consultores/as cómo de los propios y propias estudiantes. Por ejemplo:

- Mensaje de presentación de los y las estudiantes.

- Problemas sobre temas de configuración y funcionamiento del entorno al aula, que pueden ser resueltos entre los propios y propias estudiantes y, en ocasiones, por el consultor o la consultora.
- Se pueden plantear dudas, comentarios y cuestiones referidas a los contenidos de la asignatura que los/las estudiantes quieran compartir con el resto de participantes.
- Explicitación de inquietudes respecto a la nueva experiencia que supone estudiar en una universidad virtual.
- Comentarios sobre temas de carácter profesional, sobre el funcionamiento de los módulos y las pruebas de evaluación continuada, entre otras.
- Permite proponer temas de actualidad relacionados con los módulos y que se quieran plantear como debate (direcciones de Internet, noticias de prensa, artículos, etc.).
- Comentarios sobre la marcha del curso.
- Comentarios, observación de errores y sugerencias sobre los materiales de los módulos.
- Y cualquier otra cosa a iniciativa de los y de las alumnas.

Espacio de planificación:

En este espacio del aula se puede consultar el calendario del curso.

Espacio de recursos:

En este espacio se incluye el material didáctico, la Guía de aprendizaje y otros materiales y/o recursos de consulta. Aun así se incluyen diferentes fuentes de información que se pueden utilizar durante el curso como material complementario, a requerimiento de los consultores/se.

Espacio de evaluación:

En este espacio encontraréis el buzón de Prácticas, para la entrega de las actividades, y también podréis tener acceso a vuestro registro de calificaciones así como vuestro expediente académico.

Tablón e-formació UOC-SOC:

En él se podrán encontrar diferentes informaciones de carácter general para el buen desarrollo del curso.

Bibliografía

Amat, O. (2003). *Anàlisi d'Estats Financers.* Barcelona: Gestió 2000.

De Bono, E. (1999). *El pensamiento creativo.* Barcelona: Ediciones Paidós Iberica, S. A.

Johnson, S. (1999). *Who moved my cheese?* Londres: Vermilion.

Kotler, P.; Armstrong, G. (2002). *Fundamentos de Marketing.* Madrid: Pearson Educación.

Michalko, M. (2001). *Thinkertoys (juegos para pensar).* Barcelona: Gestión 2000, S. A.

Trias de Bes, F. (2007). *El libro negro del emprendedor.* Barcelona: Empresa Activa.

Urbano, D. (2006). *La creación de empresas en Catalunya. Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*. Barcelona: CIDEM.

Vaillant, Y.; Lafuente, E. (2011). *Global Entreurpreneurship Monitor. Catalunya 2010. Informe executiu*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Diputació de Barcelona.

Zikmud, W. (2003). *Fundamentos* de *investigación* de Mercados. Madrid: Thompson.

Materiales de apoyo:

Alcazar, P. (2007). "Los 35 errores del emprendedor y cómo evitarlos". *Dossier revista Emprendedores* (14 páginas).

Dept. de Treball (2010). *Guia per l'elaboració del pla d'empresa. Barcelona*: Generalitat de Catalunya.

Dept. de Treball (2009). *Quadernet per a persones emprenedores*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.