



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2026 - 2027

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Business Start-Ups/New Business Creation
Código	E000015472
Título	Graduado o Graduada en Gastronomía e Innovación Culinaria por la Universidad Pontificia Comillas [GGIC 25]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Optativa (Grado)
Departamento / Área	Madrid Culinary Campus (MACC)
Descriptor	La asignatura enseña a los alumnos a buscar ideas de negocio, identificar oportunidades, definir modelos de negocio, analizar su viabilidad económica y elaborar planes de negocio en el mundo de la restauración y la gastronomía. Todo ello, entendiendo su utilidad para la puesta en marcha de un nuevo proyecto empresarial. Además, la asignatura facilita al alumno la materialización y comprensión del funcionamiento de una empresa integrando sus conocimientos en el desarrollo del correspondiente plan de negocio (concepto general y estructura del plan de empresa; plan de comercialización y marketing; plan de producción; gestión de los recursos humanos; diseño organizativo; plan financiero; análisis de la viabilidad económica del negocio; y obligaciones legales y trámites necesarios para poder fundar la empresa)

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Iñigo Amoribieta Alonso
Departamento / Área	Departamento de Gestión Empresarial
Despacho	Escribir para concertar cita.
Correo electrónico	iamoribieta@icade.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
El objetivo de la asignatura es proveer a los alumnos de los conocimientos y herramientas necesarios para la creación de empresas y la elaboración de planes de negocio dentro del sector de la gastronomía y la restauración. Persigue desarrollar el espíritu emprendedor, estimular la capacidad de buscar ideas y oportunidades de negocio y proporcionar instrumentos que permitan analizar y estimar la posibilidad de que tales ideas se conviertan en empresas reales (gracias a técnicas de generación, evaluación e implantación de ideas que le permitan definir la idea de negocio y la búsqueda de oportunidades empresariales). El alumno aprenderá a elaborar un plan de negocio y entender su utilidad para la correcta puesta en marcha de un nuevo negocio, así como a realizar un autodiagnóstico de cara a la búsqueda de financiación (deuda, participación de capital riesgo, etc.) para el nuevo



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2026 - 2027

proyecto empresarial.

Además, la asignatura facilita al alumno la materialización y puesta en práctica de su conocimiento y comprensión del funcionamiento de una empresa y del papel que ésta desempeña en el contexto actual. Todos esos conocimientos se integran en el desarrollo del correspondiente plan de negocio (concepto general y estructura del plan de empresa; plan de comercialización y marketing; plan de producción; gestión de los recursos humanos; diseño organizativo; plan financiero; análisis de la viabilidad económica del negocio; y obligaciones legales y trámites necesarios para poder fundar la empresa).

Resultados del proceso de formación y aprendizaje

Conocimientos o contenidos

CON16	CON16 - Comprender los diversos factores del entorno que afectan a la empresa e identificar y valorar las prácticas más relevantes de la dirección y gestión empresarial.
CON17	Identificar las aptitudes, actitudes y otros elementos necesarios para un puesto de trabajo, y valorar las necesidades motivacionales vinculadas al mismo.

Habilidades o destrezas

CPT03	Gestionar estratégicamente en el contexto de la gastronomía.
CPT05	Adaptarse al entorno y a nuevas situaciones generadas en el ámbito de la gastronomía.
CPT06	Tomar decisiones y resolver problemas de manera efectiva en el ámbito de la gastronomía.
CPT07	Ser capaz de trabajar en equipo en el ámbito gastronómico.
CPT08	Ser capaz de crear, innovar y emprender en gastronomía.
CPT09	Diseñar y gestionar proyectos en el ámbito gastronómico.
HAB02	Aplicar los conocimientos a la gestión gastronómica.
HAB03	Planificar y gestionar el tiempo en la actividad gastronómica.
HAB08	Aplicar las herramientas de apoyo al directivo para la identificación de alternativas estratégicas y la definición, la implantación y el control de la estrategia de la empresa.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Tema 1: Introducción

1.1. Generación e identificación de ideas

1.2. Proceso de emprendimiento: validación en el mercado

Tema 2: Modelo de negocio y refinamiento



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2026 - 2027

2.1. Modelos de negocio

2.2. Análisis de viabilidad de la idea de negocio

Tema 3: El Plan de Negocio

3.1. Definición del negocio y la propuesta de valor

3.2. Plan de marketing

3.3. Plan de operaciones

3.4. Organización y capital humano

3.5. Plan económico financiero

Tema 4: Financiación y lanzamiento de la nueva empresa

4.1. Financiación propia y ajena

4.2. Lanzamiento del proyecto empresarial

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES			
Clases expositivas y participativas	Actividades prácticas / resolución de problemas	Trabajos individuales / grupales	Exposiciones individuales / grupales
15.00	5.00	3.00	3.00
HORAS NO PRESENCIALES			
Estudio personal y documentación	Actividades prácticas / resolución de problemas	Trabajos individuales / grupales	Exposiciones individuales / grupales
12.00	25.00	6.00	6.00
CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)			

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2026 - 2027

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Proyecto de presentación de la idea de negocio, oral.	Valoración global del Plan de Negocio mediante su defensa y presentación oral al instructor y al resto de alumnos de la asignatura.	50 %
Plan de negocio del proyecto del alumno.	Valoración de la asimilación de contenidos, a través de presentaciones sobre los contenidos cubiertos en la asignatura e incorporados en el proyecto.	10 %
Presentación del plan de negocio por parte del alumno	Capacidad de convencer, explicar y detallar un nuevo proyecto en el sector ante posibles inversores o socios.	20 %
Asistencia y participación activa en clase	Valoración individual de la participación en las Lecciones de carácter expositivo, sesiones de presentación de contenido y actividades interdisciplinarias con asistencia de profesionales de la empresa.	20 %

Calificaciones

Para aprobar la asignatura en convocatoria ordinaria, el alumno deberá obtener una calificación superior o igual a 5 en la nota de todas y cada una de las actividades que forman parte de la nota final de la materia.

NO se tendrán en cuenta los ejercicios que NO se entreguen en las condiciones exactas de lugar, fecha y hora programadas para cada ejercicio, y comunicadas al inicio del curso/cuatrimestre en el cronograma de la materia.

NOTA: Sobre el uso indebido por parte del alumnado del Chat GPT y/o cualquier otra IAG en todas las actividades de evaluación: será considerado como falta grave, según el Reglamento General de la Universidad, art. 168.2.e: "realización de acciones tendentes a falsear o defraudar los sistemas de evaluación del rendimiento académico". Las consecuencias de ello serán "la expulsión temporal de hasta tres meses o la prohibición de examinarse en la siguiente convocatoria a la imposición de la sanción, en una o en varias asignaturas de las que se encuentre matriculado el alumno, [...] aparte de suponer la calificación de suspenso (0) en esta asignatura, [...], así como la prohibición de examinarse de esa asignatura en la siguiente convocatoria". El uso que se propone aplicar de la IA en esta asignatura será el del nivel 3 (AI Collaboration) según la escala "AI Assessment Scale (Perkins, Furze, Roe & Mac Vaughn, 2024). Este nivel autoriza el uso de herramientas de IA para apoyar determinadas tareas, incluyendo "idea generation, rating, feedback, and refinement". Los estudiantes deberán evaluar de forma crítica y modificar/adaptar los outputs sugeridos por la IA, según su propio entendimiento y valoración.

ALUMNOS CON DISPENSA DE ESCOLARIDAD:

Aquellos alumnos que hayan obtenido dispensa de escolaridad deberán afrontar únicamente la actividad de "examen final", y su nota final en la asignatura estará formada en un 100% por la calificación en dicha actividad.



PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Lectura de textos recomendados (artículos, casos, capítulos de libros)	Semanal	Semanal
Elaboración de ejercicios, presentaciones o resúmenes	Semanal	Semanal
Formación de equipos para desarrollo del Plan de Negocio	Septiembre	3ª semana
Presentación de elementos de los modelos y Planes de Negocio	Semanas 4-9 curso	9ª semana
Presentación de Plan de Negocio	Semanas 9-14 curso	Semanas 13ª-14ª

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Libros

EL BULLI FOUNDATION (2026). *Plan Genthesis: el plan de empresa para la restauración gastronómica*. RBA Libros.

SPINELLI, S. Jr.; ADAMS, R.J. & TIMMONS, J.A. (2016), *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, McGraw-Hill

OSTERWALDER, A. & PIGNEUR, Y. (2010), *Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*, Wiley & Sons. www.businessmodelgeneration.com

ANTHONY, S., COBBAN P., PAINCHAUD, N. & PARKER, A. (2020), *Eat, Sleep, Innovate: how to make creativity an everyday habit inside your organization*, HBR Press

HARVARD BUSINESS ESSENTIALS (2005), *Entrepreneur's Toolkit*, HBS Press

RIES, E. (2001), *The Lean Startup*, Portfolio Penguin

KIM, W. C. & MAUBORGNE, R. (2015): *Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. HBR Press

McGRATH, R.G. & MACMILLAN, I. (2000), *The Entrepreneurial Mindset*, HBS Press

NALEBUFF, B. & AYRES, I. (2003), *Why not? How to Use Everyday Ingenuity to Solve Problems Big And Small*, Harvard Business School Press

Artículos

BHIDE, A. (1994), "How do Entrepreneurs craft Strategies that Work?" *Harvard Business Review*, March-April

BHIDE, A. (1996), "The Questions Every Entrepreneur Must Answer", *Harvard Business Review*, November-December 1996, pp. 120-

130 BLOCK, Z. & MACMILLAN, I. (1985), "Milestones for Successful Venture Planning", *Harvard Business Review*, September-October

BROWN, T. (2008), "Design Thinking", *Harvard Business Review*, June 2008



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE
2026 - 2027

DYER, J., GREGERSEN, H. & CHRISTENSEN, C. (2009), "The Innovator's DNA", Harvard Business Review, December 2009

KIM, W. & MAUBORGNE, R. (2004), "BLUE OCEAN STRATEGY" Harvard Business Review, 82, 10, pp. 76-84

McGRATH, R.G. & MACMILLAN, I. (1995), "Discovery Driven Planning", Harvard Business Review, July-August O'REILLY, B. (1999), "What it Takes to Start a Startup", Fortune, June 7, 1999, pp. 135-

SAHLMAN, W.A. (1997), "How to Write a Great Business Plan", Harvard Business Review, July-August

Páginas web

Disponibles en el portal de recursos

Apuntes

Resúmenes de temas con soporte de transparencias disponibles en el Portal de Recursos

Otros materiales

El uso de Internet por parte del estudiante es esencial para la elaboración del trabajo

Para preparar algunas sesiones de trabajo dirigido, el alumno deberá hacer uso de las bases de datos de artículos y literatura académica que Comillas pone a disposición de la comunidad universitaria.

Bibliografía Complementaria

ALLEE, V. (2003), The Future of Knowledge, Butterworth-Heinemann

ARNAL LOSILLA, J.C. Coord. (2003): Creación de Empresa: Los mejores textos. Ariel Barabasi, A.-I. (2002), Linked: The New Science of Networks, Perseus

Chesbrough, H. (2003), Open Innovation; Harvard Business School Press

Christensen, C.M. (1997), The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail, Harvard Business School Press
COLLINS, J. (2001): Good to Great, Harper Business

Fallon & Senn (2006), Juicing the Orange: How to Turn Creativity into a Powerful Business Advantage, Harvard Business School Press

Farrell, L.C. (2003), Getting Entrepreneurial: Creating & Growing Your Own Business in the 21st Century, Wiley

Foster, R. & Kaplan, S. (2001), Creative Destruction: Why Companies That Are Built to Last Underperform the Market—and How to Successfully Transform Them, Currency Doubleday

Govindarajan, V. & Trimble, C. (2005), 10 Rules for Strategic Innovators; Harvard Business School Press
Harvard Business Review (2003), The Innovative Enterprise, Harvard Business School Press

Kelley, T. (2005), The Ten Faces of Innovation, Currency Doubleday

Levitt, S. D. & Dubner, S.J. (2005), Freakonomics: A Rogue Economist Explores the Hidden Side of Everything, Harper Collins
Lencioni, P. (1998), The Five Temptations of a CEO, Jossey-Bass

Meyer, M. (2007), The Fast Path to Corporate Growth, Oxford University Press
Perkins, D. (2003), King Arthur's Round Table, John Wiley &

Moore, G. (2005), Dealing with Darwin, Penguin Group

Rheinhold, H. (2002), Smart Mobs: The Next Social Revolution, Perseus



RUPERTI, V. & CORBETO, S. (2008): Let's play! La empresa contada a los jóvenes. Plataforma

Weill, P. & Vitale, M. (2001), Place to Space: Migrating to eBusiness Models, Harvard Business School Press Zook, C. (2001), Profit from the Core, Harvard Business School Press,