



## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
<b>Nombre completo</b>	La creación de una empresa / The Creation of a Company
<b>Código</b>	E000008399
<b>Título</b>	<a href="#">Grado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Pontificia Comillas</a>
<b>Impartido en</b>	Grado en Administración y Dirección de Empresas (E-2) [Cuarto Curso] Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Derecho [Quinto Curso] Grado en Administración y Dirección de Empresas con Mención en Internacional (E-4) [Cuarto Curso]
<b>Cuatrimestre</b>	Semestral
<b>Créditos</b>	6,0 ECTS
<b>Carácter</b>	Optativa (Grado)
<b>Departamento / Área</b>	Departamento de Gestión Empresarial
<b>Responsable</b>	Juan Antonio Gil Serra
<b>Horario</b>	Consultar a tal efecto los horarios de los diferentes grupos y titulaciones en los que se imparte.
<b>Horario de tutorías</b>	Solicitar cita por e-mail
<b>Descriptor</b>	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. 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	
<b>Profesor</b>	
<b>Nombre</b>	Juan Antonio Gil Serra
<b>Departamento / Área</b>	Departamento de Gestión Empresarial
<b>Despacho</b>	Alberto Aguilera 23 Sala de Profesores Colaboradores Asociados
<b>Correo electrónico</b>	jagil@icade.comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
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.
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 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).

## Prerrequisitos

Fundamentos de ADE

## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### GENERALES

<b>CG2</b>	Capacidad de gestionar información y datos provenientes de fuentes diversas para hacer un análisis crítico y un correcto diagnóstico de la realidad empresarial.	
	<b>RA1</b>	A partir de la información y datos obtenidos de fuentes diversas, identifica problemas empresariales determinando, el origen/las causas de los mismos
	<b>RA2</b>	Es capaz de realizar dicho proceso de diagnóstico dando y recibiendo feed-back de forma asertiva, que ayude a incrementar la integración y la confianza en los equipos de trabajo.
<b>CG3</b>	Capacidad para la resolución de problemas y toma de decisiones empresariales seleccionando y aplicando adecuadamente las técnicas pertinentes de análisis de datos	
	<b>RA1</b>	Identifica, captura y analiza de forma eficiente datos de fuentes primarias y secundarias que sean necesarios para el análisis del entorno competitivo de la empresa
	<b>RA2</b>	Aplica los conceptos matemáticos y técnicas cuantitativas y cualitativas de análisis de datos necesarios para la resolución de problemas empresariales y apoyar el diagnóstico y toma de decisiones en la empresa.
<b>CG8</b>	CG8 Reforzar la capacidad de gestión del cambio que apoye la transformación digital de la sociedad contemporánea con Tecnologías de la Sociedad de la Información, nuevas formas de organización del trabajo y nuevos modelos de negocio.	
	<b>RA1</b>	Identifica necesidades y recursos tecnológicos a la hora de resolver problemas conceptuales y técnicos a través de medios digitales
	<b>RA2</b>	Se comunica eficazmente y de manera proactiva en entornos digitales, compartiendo recursos a través de herramientas en línea, colaborando con otros a través de herramientas digitales, e interactuando en



		comunidades y redes profesionales.
CG9		Mostrar iniciativa gestionando el proceso emprendedor con resolución y eficacia en contextos y situaciones empresariales, para poder transformar las ideas en actos
	RA1	Identifica y crea nuevas formas de aplicar los conocimientos adquiridos a la resolución de problemas prácticos adoptando enfoques originales
	RA2	Acomete nuevos retos percatándose de las oportunidades que se ofrecen en el entorno económico.
<b>ESPECÍFICAS DE OPTATIVIDAD</b>		
CEOPT(EMP)		Capacidad de planificación y realización de un plan de Negocio
	RA1	Conocer la estructura y el contenido del plan de negocio, especialmente los aspectos claves para la creación de una empresa (marketing, operaciones, finanzas, legales, organización y capital humano).
	RA2	Generar ideas, conceptos y modelos de negocio, y ser capaz de valorar su viabilidad comercial y financiera.
	RA3	Comunicarse persuasivamente para defender un plan de negocio frente a inversores y poder atraer el talento necesario para la puesta en marcha de un proyecto empresarial.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

#### Tema 1: Introducción

- 1.1. Claves para emprender
- 1.2. Proceso de emprendimiento
- 1.3. Emprendimiento Social: tendencias y casos de éxito

#### Tema 2: Análisis de la oportunidad de negocio

- 2.1. Generación de ideas de negocio.
- 2.2. Modelo de negocio
- 2.3. 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

### 4.2. Financiación ajena.

### 4.3. Lanzamiento del proyecto empresarial

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

La asignatura combina actividades dirigidas al aprendizaje de la metodología para la elaboración de un plan de negocio con actividades cuyo objetivo fundamental es que los alumnos obtengan una visión práctica a la hora de crear una empresa y desarrollen el espíritu emprendedor desde el conocimiento de la realidad empresarial.

En el primer caso, la metodología docente se basa en lecciones de carácter expositivo realizadas por los profesores de la asignatura, la realización de ejercicios y la participación en talleres. En el segundo caso, se cuenta además con la colaboración de profesionales emprendedores y especializados en las distintas áreas de conocimiento necesarias para la elaboración de un plan de negocio que transmiten su experiencia mediante sesiones de presentación dinámica en las que se promueve la participación activa de los alumnos.

### Metodología Presencial: Actividades

**AF1. Lecciones de carácter expositivo.** Sesiones en las que se presentan los temas de forma clara, estructurada y motivadora.

**AF2. Sesiones generales de presentación de contenidos.** Exposición en que el profesor explica las nociones básicas, con la participación activa y colaborativa de los alumnos, que habrán leído la documentación recomendada y disponible en el portal de recursos para la sesión. En estas sesiones se discutirán y debatirán los puntos oscuros o los matices que les resulten pertinentes para la correcta comprensión de los contenidos. Asimismo, se hará especial hincapié en proporcionar al alumno el hilo conductor de la aportación de las sesiones sobre prácticas empresariales impartidas por profesionales en los contenidos de la asignatura.

**AF3. Ejercicios y resolución de problemas.** Ejercicios y resolución de problemas planteados por el profesor a partir de una breve lectura, un material preparado para la ocasión, o cualquier otro tipo de datos o informaciones que supongan un desafío intelectual para el alumno. En algunos casos, estos ejercicios serán trabajados de forma individual de forma no presencial para, posteriormente, discutir de forma participativa su solución en el aula.

**AF4. Exposición pública de trabajos.** Presentación ante el profesor, el resto de los compañeros y cualquier otro público invitado o participante. Tiene lugar de forma individual o colectiva. Se valorará el dominio del asunto tratado, la organización conceptual, la claridad expositiva, el respeto y racionalidad de las distintas fases y, caso de ser colectivo el ejercicio, la colaboración activa de cada uno de los miembros del equipo. Estas sesiones finalizarán con la aportación crítica y constructiva del resto de los alumnos, cuya participación será evaluada.

**AF5. Seminarios y talleres.** Actividades organizadas, con fijación previa de calendario o esquema temporal, plazos o fases, equipos, objetivos y resultados previstos. Están basados en la selección de materiales procedentes del mercado profesional (o adaptados al mismo en la mayor medida posible), con el objeto de entrenar al alumno en la resolución de problemas reales y en la adquisición de reflejos de



reacción a situaciones y planteamientos inesperados. Comúnmente se trabaja en grupo, aunque este último rasgo no es imprescindible.

**AF6. Actividades interdisciplinares.** Sesiones de carácter expositivo y talleres realizados por profesionales de la empresa que permiten alumno acercarse a la realidad empresarial y aprender de casos de creación de empresas reales. Estas sesiones exigen al alumno la interrelación de nociones y materias comprendidas en el ámbito de distintas disciplinas que ya ha estudiado a lo largo de la carrera. Para mantener el hilo conductor y la correcta inserción de estas sesiones en los contenidos de la asignatura se realizarán resúmenes y actividades relacionadas en las sesiones generales de presentación de contenidos y en las lecciones de carácter expositivo desarrolladas por los docentes de la asignatura. Al finalizar estas sesiones los alumnos realizarán "one minute papers" y/o resúmenes sobre los contenidos más relevantes de la sesión y su relación con los objetivos de la asignatura que formarán parte de su evaluación.

### Metodología No presencial: Actividades

**AF7. Estudio y documentación.** Estudio individual que el estudiante realiza para comprender, reelaborar y retener el contenido necesario para la puesta en marcha de una empresa y la correcta elaboración de un plan de negocio. Lectura individual de textos de diferente tipo (libros, revistas, artículos sueltos, prensa, publicaciones en Internet, informes sobre experiencias prácticas, etc.) relacionados con las materias de estudio.

**AF8. Monografías de carácter teórico o práctico.** Trabajos de carácter teórico o práctico, generalmente individuales, que implican la lectura de artículos, revistas, informes de investigación, capítulos de libros, informaciones en Internet, casos reales de empresas, etc. y la redacción de una reflexión personal (de diverso calado y extensión) que va más allá de la mera recopilación de la información proveniente de diversas fuentes.

**AF9. Aprendizaje cooperativo.** Asignación de los alumnos a grupos de trabajo y planteamiento de una tarea que requiere compartir la información y los recursos entre los miembros con vistas a alcanzar el objetivo común, fundamentalmente la preparación de un plan de negocio. Los trabajos en grupo serán presentados en las sesiones de exposición pública.

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES			
Lecciones de carácter expositivo	Seminarios y talleres	Ejercicios y resolución de casos y de problemas	Trabajos monográficos y de investigación, individuales o colectivos
15.00	15.00	10.00	16.00
HORAS NO PRESENCIALES			
Estudio individual y/o en grupo y lectura organizada	Ejercicios y resolución de casos y de problemas	Trabajos monográficos y de investigación, individuales o colectivos	
24.00	10.00	60.00	
<b>CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)</b>			

## 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.



Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Asistencia y Participación activa en clase	Valoración individual de la participación en las Lecciones de carácter expositivo, sesiones de presentación de contenido y actividades interdisciplinares con asistencia de profesionales de la empresa	20 %
Trabajos individuales	Valoración de la asimilación de contenidos, a través de one minute papers y resúmenes, monografías, ejercicios y resolución de problemas en clase o fuera del aula	10 %
Trabajo en Grupo	Participación en talleres, informes y trabajos cooperativos, exposición pública en clase de trabajos en grupo	20 %
Examen / Proyecto final: Plan de Negocio grupal	Valoración global del Plan de Negocio Grupal escrito; valoración de la defensa y presentación oral del Plan de Negocio.	50 %

## 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 Vaugh, 2024). Este nivel autoriza el uso de herramientas de IA para apoyar determinadas tareas, incluyendo "idea generation, drrating, 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**.



• **EVALUACIÓN EN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE JULIO:**

1. Deberán acudir a ella aquellos alumnos que no alcancen una puntuación mínima de "5" en todas y cada una de las actividades de evaluación que componen la evaluación de la asignatura (participación activa en clase, trabajos individuales, trabajo en grupo, proyecto final escrito y presentación del proyecto final).
2. En la convocatoria extraordinaria se examinarán por escrito de toda la materia de la asignatura y deberán realizar un trabajo práctico complementario, definido por el profesor, que tendrán que presentar en un examen oral.

## PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Lectura de textos recomendados (artículos, casos, capítulos de libros)	Antes de cada una de las lecciones de carácter expositivo y de las sesiones de presentación de contenido	
Elaboración de ejercicios, One Minute papers o resúmenes	Antes de cada una de las lecciones de carácter expositivo o en clase, al finalizar cada una de las sesiones de experiencias empresariales	
Presentación ideas de negocio	En clase 3ª semana	
Presentación de modelos de negocio	En clase 7ª semana	7ª semana
Presentación de Plan de Negocio	En clase 12-13ª semana	12ª semana

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

#### 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](http://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

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.



# COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

GUÍA DOCENTE

2025 - 2026

## 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 Rouge 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,