



Guía docente

270109 - VPE - Viabilidad de Proyectos Empresariales

Última modificación: 11/07/2025

Unidad responsable: Facultad de Informática de Barcelona

Unidad que imparte: 732 - OE - Departamento de Organización de Empresas.

Titulación: GRADO EN INGENIERÍA INFORMÁTICA (Plan 2010). (Asignatura optativa).

Curso: 2025

Créditos ECTS: 6.0

Idiomas: Catalán, Castellano

PROFESORADO

Profesorado responsable: JOAN ALSINA JIMENEZ

Otros: Primer cuatrimestre:
JOAN ALSINA JIMENEZ - 10

CAPACIDADES PREVIAS

Los alumnos deberán haber aprobado E3 o cualquier asignatura similar en el campo de la economía.

Se recomienda cursar esta asignatura hacia el final de la carrera.

Es conveniente que los alumnos tengan un conocimiento razonable del idioma inglés.

REQUISITOS

- Pre-requisito EEE

COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Específicas:

CSI2.1. Demostrar comprensión y aplicar los principios y las técnicas de gestión de calidad y de innovación tecnológica en las organizaciones.

CSI3.1. Demostrar comprensión de los principios de la evaluación de riesgos y aplicarlos correctamente en la elaboración y la ejecución de planes de actuación.

CT3.2. Conocer y describir los principales procesos de las áreas funcionales de la empresa y los vínculos que existen entre ellos que posibilitan la coordinación y la integración en un todo.

CT3.3. Saber encontrar e interpretar la información básica que permite evaluar el entorno económico de la organización.

CT3.4. Conocer los conceptos financieros básicos que permitan valorar costes y beneficios de un proyecto o de diferentes alternativas, hacer seguimiento de un presupuesto, controlar los costes, etc.

CT3.6. Demostrar conocimiento de la dimensión ética en la empresa: la responsabilidad social y corporativa en general y, en particular, las responsabilidades civiles y profesionales del ingeniero en informática.

Genéricas:

G1. EMPRENDEDURÍA E INNOVACIÓN: Conocer y comprender la organización de una empresa y las ciencias que rigen su actividad; capacidad de comprender las reglas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad y el beneficio. Desarrollar la creatividad, el espíritu emprendedor y la tendencia a la innovación.



METODOLOGÍAS DOCENTES

Durante las clases de "teoría" se utiliza básicamente la clase magistral, complementada -a conveniencia del tema- con ejemplos previos de desarrollo que permitan a los alumnos obtener ideas prácticas para el trabajo que deberán hacer en las sesiones "de proyecto".

En algún caso, las clases de teoría podrán contar con alguna breve conferencia de algún emprendedor o directivo que proporcione pautas reales sobre cómo él/ella trataron la problemática que se trata en la sesión.

Respecto a las sesiones de laboratorio y de aprendizaje dirigido, todas están enfocadas a que los alumnos avancen en la construcción de su plan de negocio. En esta guía se detallan las diversas metodologías que se utilizan, y que van desde la dinámica de grupos y el brain storming hasta la búsqueda de información de mercado por Internet, la preparación de partes concretas del plan de negocio o la presentación cruzada entre miembros del grupo de partes del plan.

La parte de desarrollo del proyecto de horas fijadas será cuidadosamente pautada y orientada a facilitar la realización del plan de negocio. Más allá de la bibliografía genérica de referencia, se facilitarán a los alumnos artículos concretos y material de lectura para cada uno de los bloques de contenido. El alumno deberá leerlos y extraer conclusiones en los momentos prefijados para poder aplicar estos a la realización del plan en las sesiones de proyecto.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

- 1.Comprender el concepto de negocio/empresa y las claves principales de éxito de un nuevo proyecto empresarial y las dificultades de emprender tanto en lo que se refiere al mercado como a los aspectos humanos.
- 2.Valorar el papel del emprendedor e identificar el perfil y las habilidades necesarias para impulsar un nuevo proyecto
- 3.Estructurar y diseñar los aspectos de mercado, financieros, operativos y humanos que dan forma a un plan de negocio cumplido.
- 4.Trabajar los elementos comunicativos que requiere el emprendedor para realizar una "venta" profesional de un nuevo proyecto de negocio y ser capaz de comunicar y defender el contenido y la viabilidad del mismo.
- 5.Disfrutar de la capacidad de priorizar los aspectos más relevantes tanto en el momento de iniciar un negocio como en el momento de valorar un nuevo proyecto empresarial.
- 6.Poder estructurar un plan de viabilidad de negocio de manera racional y efectiva.

HORAS TOTALES DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTADO

Tipo	Horas	Porcentaje
Horas grupo grande	30,0	20.00
Horas grupo pequeño	30,0	20.00
Horas actividades dirigidas	6,0	4.00
Horas aprendizaje autónomo	84,0	56.00

Dedición total: 150 h

CONTENIDOS

Introducción a la asignatura y aspectos clave de la actividad empresarial

Descripción:

Introducció a l'assignatura i aspectes clau de l'activitat empresarial

El concepto de negocio o proyecto empresarial

Descripción:

El concepte de negoci o projecte empresarial



El emprendedor; su papel en la sociedad, características y perfil

Descripción:

L'emprenedor; el seu paper a la societat, característiques i perfil

Análisis de oportunidades de negocio y técnicas de generación de ideas

Descripción:

Anàlisi d'oportunitats de negoci i tècniques de generació de idees

De la idea a la empresa. Contenidos del plan de negocio

Descripción:

De la idea a l'empresa. Continguts del pla denegoci

Factores diferenciales y competencia. Análisis DAFO

Descripción:

Factors diferencials i competència. Anàlisi DAFO

Oportunidad y nichos de mercado

Descripción:

Oportunitat i forats de mercat

Distribución

Descripción:

Distribució

Comunicación y marketing

Descripción:

Comunicació i marketing

Necesidades de recursos y viabilidad tecnológica

Descripción:

Necessitats de recursos i viabilitat tecnològica

Colaboradores y equipo humano

Descripción:

Col·laboradors i equip humà



Ventas y costes

Descripción:

Vendes i costos

Fuentes de financiación y rentabilidad

Descripción:

Fons de finançació i rendibilitat

Cierre del plan. Revisión de la estructura lógica. Análisis de objeciones

Descripción:

Tancament del pla. Revisió de l'estructura lògica. Anàlisi d'objeccions

La presentación del plan. El emprendedor como principal vendedor. Algunas técnicas de comunicación y presentación

Descripción:

La presentació del pla. L'emprenedor com a principal venedor. Algunes tècniques de comunicació i presentació

Presentación del plan a posibles inversores simulados

Descripción:

Presentació del pla a possibles inversors simulats

ACTIVIDADES

Introducción y creación de equipos

Dedicación: 8h

Aprendizaje autónomo: 5h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 1h

Revisión de los elementos clave a tener en cuenta para crear una empresa

Dedicación: 9h

Aprendizaje autónomo: 7h

Grupo grande/Teoría: 2h



Técnicas de generación de ideas y de identificación de oportunidades de negocio

Dedicación: 11h

Aprendizaje autónomo: 6h

Grupo grande/Teoría: 1h

Grupo pequeño/Laboratorio: 4h

Perfil y características del emprendedor. La experiencia de un joven emprendedor

Dedicación: 9h

Aprendizaje autónomo: 6h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 1h

Estrategia, ventajas competitivas y DAFO de la idea. Evaluación e investigación de mercado

Dedicación: 9h

Aprendizaje autónomo: 4h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 3h

Presentando la idea de negocio ampliada

Objetivos específicos:

2, 4, 5

Competencias relacionadas:

G1. EMPRENDEDURÍA E INNOVACIÓN: Conocer y comprender la organización de una empresa y las ciencias que rigen su actividad; capacidad de comprender las reglas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad y el beneficio. Desarrollar la creatividad, el espíritu emprendedor y la tendencia a la innovación.

Dedicación: 9h

Aprendizaje autónomo: 8h

Actividades dirigidas: 1h

Benchmarking y marketing estratégico

Dedicación: 11h

Aprendizaje autónomo: 5h

Grupo grande/Teoría: 2h

Grupo pequeño/Laboratorio: 4h

El plan de marketing y las cuatro P's: distribución, producto, precio y promoción

Dedicación: 14h

Aprendizaje autónomo: 6h

Grupo grande/Teoría: 4h

Grupo pequeño/Laboratorio: 4h



Listado de necesidades. Introducción a las finanzas. El balance de la empresa, la cuenta de resultados y el plan de tesorería

Dedicación: 15h

Aprendizaje autónomo: 6h

Grupo grande/Teoría: 4h

Grupo pequeño/Laboratorio: 5h

Presentación del plan de marketing de nuestra empresa

Objetivos específicos:

1, 3, 5, 6

Competencias relacionadas:

G1. EMPRENDEDURÍA E INNOVACIÓN: Conocer y comprender la organización de una empresa y las ciencias que rigen su actividad; capacidad de comprender las reglas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad y el beneficio. Desarrollar la creatividad, el espíritu emprendedor y la tendencia a la innovación.

Dedicación: 9h

Aprendizaje autónomo: 8h

Actividades dirigidas: 1h

Instrumentos de financiación de la empresa. Análisis de ratios y herramientas para la presentación a inversores

Dedicación: 14h

Aprendizaje autónomo: 5h

Grupo grande/Teoría: 5h

Grupo pequeño/Laboratorio: 4h

Estructura organizativa, personalidad jurídica de la empresa y el factor humano

Dedicación: 10h

Aprendizaje autónomo: 6h

Grupo grande/Teoría: 3h

Grupo pequeño/Laboratorio: 1h

Cierre del plan, análisis de objeciones. Check list del plan de negocio y técnicas de comunicación para emprendedores

Dedicación: 11h

Aprendizaje autónomo: 8h

Grupo grande/Teoría: 3h



Presentación del plan de negocio delante de un tribunal que simula el comportamiento de un inversor

Objetivos específicos:

1, 3, 4, 6

Competencias relacionadas:

G1. EMPRENDEDURÍA E INNOVACIÓN: Conocer y comprender la organización de una empresa y las ciencias que rigen su actividad; capacidad de comprender las reglas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad y el beneficio. Desarrollar la creatividad, el espíritu emprendedor y la tendencia a la innovación.

Dedicación: 11h

Aprendizaje autónomo: 10h

Actividades dirigidas: 1h

SISTEMA DE CALIFICACIÓN

La evaluación consiste en dos exámenes test y la presentación y defensa del plan de negocio final ante de un tribunal formado por los profesores de la asignatura y, opcionalmente, algún otro profesor o profesional invitado. Estos tres elementos de evaluación tienen el siguiente peso en la nota final: Primer test el 10%, segundo test el 10%, y presentación final del proyecto 80%.

Es imprescindible una nota mínima en la media aritmética de los 2 test, debe ser superior a 3.5, para superar la asignatura.

La presentación del plan es un acto ubicado en un momento concreto, pero es también el resultado de un trabajo realizado a lo largo del cuatrimestre y, por lo tanto, sólo aquellos que cumplan un requisitos mínimos podrán pasar a la fase de defensa pública. Se valorará también en este acto la simulación de un entorno profesional: vestimenta y comunicación formal y estructurada, etc.

Para poder presentar el plan, los alumnos tendrán que haber estado presentes en al menos el 60% de clases y los equipos deben haber remitido en las fechas previstas las actividades planificadas. El plan es fruto del trabajo en equipo y dará lugar a una nota de equipo; aun cuando cada miembro del grupo será responsable de una de sus partes que se valorará mediante una nota individual.

Este sistema pretende fomentar el espíritu de trabajar en grupo y la asunción real de responsabilidades compartidas ante un objetivo común.

BIBLIOGRAFÍA

Básica:

- Veciana, J.M. La creación de empresas: un enfoque gerencial. La Caixa, Servicio de Estudios, 2005.
- Eguiguren Huerta, M.; Barroso García, E. Empresa 3.0: políticas y valores corporativos en una cultura empresarial sostenible. Pirámide, 2011. ISBN 9788436824766.
- Amat, O. Contabilidad y finanzas para no financieros. 2a ed. Deusto, 2008. ISBN 9788423426713.
- Cohen, W. El plan de marketing: procedimiento, formularios, estrategia y técnica. 2a ed. Deusto, 2001. ISBN 9788423418763.
- Deulofeu Aymar, J. Emprendiendo la excelencia en el retail : caso Farret: empresa sostenible. Pirámide, 2016. ISBN 9788436835731.

Complementaria:

- Velasco, F. Aprender a elaborar un plan de negocio. Paidós, 2007. ISBN 9788449319716.
- Nueno, P. Emprendiendo hacia el 2020: una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas. Deusto, 2009. ISBN 9788423426928.
- Ludevid, M. Como crear su propia empresa: factores clave de gestión. 2a ed. Marcombo-Boixareu, 1991. ISBN 8426706592.

RECURSOS

Enlace web:

- <http://www.belbin.com>- <http://www.barcelonactiva.es>- <http://www.colorquiz.com>- <http://pinnova.upc.edu>