

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA**

Código: 36387
Nombre: Emprendimiento y plan de negocio
Ciclo: Grado
Créditos ECTS: 6
Curso académico: 2026-27

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1212 - Grado en Ciencias Gastronómicas	Facultat de Farmàcia i Ciències de l'alimentació	3	Segundo cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1212 - Grado en Ciencias Gastronómicas	Emprendimiento y plan de negocio	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

COMECHÉ MARTINEZ JOSE MANUEL

RESUMEN

En entornos cada vez más globalizados y competitivos la figura del emprendedor adquiere un papel protagonista en el contexto económico y social de una comunidad. De hecho, los emprendedores son personas que, con capacidad de iniciativa y de forma innovadora, desarrollan actividades que conllevan un riesgo desconocido. En el ámbito específico de la actividad empresarial, emprendedor es la persona que, mediante la innovación, la asunción de riesgos y la detección y explotación de oportunidades, crea una empresa y la dinamiza. Pues bien, con la asignatura "Emprendimiento y Plan de Negocio" se pretende infundir al alumno el espíritu emprendedor y capacitarlo para enfrentarse con mayores posibilidades de éxito al nacimiento y gestión de nuevas empresas.

El planteamiento didáctico de la asignatura es eminentemente práctico y los alumnos serán estimulados a involucrarse en un amplio abanico de ejercicios y trabajos de carácter totalmente aplicado agrupados en un gran proyecto: la creación de una empresa. Todo ello bajo la perspectiva del Desarrollo Sostenible y Objetivos de la Agenda 2030.

Objetivos de la Agenda 2030.

CONOCIMIENTOS PREVIOS**RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN**



No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

No requeridos

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1212 - Grado en Ciencias Gastronómicas

Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades en el ámbito de la restauración.

Elaborar y manejar los escritos, informes y procedimientos de actuación más idóneos para los problemas suscitados y utilizando un lenguaje no sexista.

Planificar, ordenar y encauzar actividades de manera que se eviten en lo posible los imprevistos, se prevean y minimicen los eventuales problemas y se anticipen soluciones.

Poseer y comprender los conocimientos del área en el ámbito de las Ciencias Gastronómicas.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Ser capaz de construir un texto escrito comprensible y organizado.

Ser capaz de distribuir el tiempo adecuadamente para el desarrollo de tareas individuales o de grupo.

Ser capaz de realizar las aproximaciones requeridas con el objeto de reducir un problema hasta un nivel manejable.

Ser capaz de trabajar en equipo y de organizar y planificar actividades, teniendo en cuenta, siempre, una perspectiva de género.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN A LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL SECTOR DE LA GASTRONOMÍA

1.1. El emprendedor: motivaciones, competencias y habilidades.

1.2. Herramientas para formular la idea, proyecto o negocio.



2. EL PLAN DE NEGOCIO: DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN

- 2.1. Resumen ejecutivo.
- 2.2. Diagnóstico estratégico.
- 2.3. Planteamiento estratégico.
- 2.4. Estrategia y ejecución.

3. APOYO AL EMPRENDIMIENTO

- 3.1. Instituciones y medidas de apoyo al emprendimiento.
- 3.2. Opciones de financiación para el emprendimiento.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	60,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	0,00
Estudio y trabajo autónomo	90,00
Preparación de clases	0,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

Clases de **teórico-prácticas presenciales**. - El desarrollo habitual de las clases será:



1. Inicialmente las clases servirán para la presentación por parte del profesorado de los conceptos y contenidos más importantes de cada tema con la finalidad de que el/la estudiante adquiera los conocimientos relacionados con la materia, potenciando la participación.
2. Transcurridas las primeras sesiones, se procederá implementar de forma específica y práctica los conocimientos que los y las estudiantes hayan adquirido en las clases de teoría; para ello, se planteará la realización de un Plan de Negocio para un Proyecto de Empresa ideado por un grupo de estudiantes (en número no mayor de 4). Se potenciará la adecuación a los ODS de la agenda 2030.

Clases prácticas de aula: **seminarios presenciales**.- Si existe la posibilidad, los seminarios serán empleados para asistir a charlas de empresarios del sector (relacionado con la gastronomía) en las que se ofrezca al alumno/a una visión práctica y real de la problemática del negocio; si ello no fuera posible, servirán para potenciar el trabajo en grupo y mejorar la presentación oral, mediante la realización de trabajos teóricos o prácticos que complementen la formación que se va adquiriendo en las clases, y también para realizar otra serie de actividades complementarias de tipos variados (estudio de casos, manejo de bibliografía científica, discusión de temas de actualidad).

Estudio-Preparación de Clases y Exámenes.- Horas de trabajo autónomo destinadas a la lectura y preparación de las clases, preparación de exámenes y del trabajo a exponer en seminarios.

, preparación de exámenes y del trabajo a exponer en seminarios.

EVALUACIÓN

Primera convocatoria

- Pruebas escritas: 70% de la nota final. A lo largo del semestre se realizarán distintas pruebas que incluirán cuestiones de carácter teórico y/o práctico. Estas pruebas tendrán un peso en la calificación final de la asignatura del 40 %. Además, se realizará un examen final sobre el conjunto de contenidos de la asignatura, que incluirá cuestiones de carácter teórico-práctico. Este examen se realizará en la fecha oficial que la Facultad de Farmacia y Ciencias de la Alimentación habilite para ello. El peso de este examen en la calificación final de la asignatura es del 30%.
- Evaluación continua: 30% de la nota final. Los estudiantes formarán grupos que trabajarán juntos durante todo el semestre. Cada grupo planteará y analizará la viabilidad de una idea de negocio sobre la que elaborará un plan de negocio. La calificación de las distintas partes que conforman esta tarea también formará parte de la evaluación continua.

La calificación final del estudiante será la resultante de la suma ponderada de las notas obtenidas en el examen y en la evaluación continua, **siempre que se haya superado cada parte (5 puntos sobre 10 puntos, en cada una de las partes), y no se pueden compensar entre ellas. En el caso de no superar las dos, la calificación máxima en el acta será de 4,5.**

Segunda convocatoria



En segunda convocatoria, el estudiante deberá presentarse únicamente a aquella parte no superada en primera convocatoria. Cada parte tendrá el mismo peso en la calificación final que en la primera convocatoria.

En el caso de no superar cada una de las partes (5 puntos sobre 10 puntos en cada una de ellas), la calificación máxima en el acta será de 4,5.

), la calificación máxima en el acta será de 4,5.

BIBLIOGRAFÍA

- Castro Albacéns, I. (2016). De la start-up a la empresa. Ed. Pirámide. Madrid.
- March, I. (2010). Innovadores o vencidos: tiempo de emprender en la nueva economía. Universitat de València. Valencia.
- Ribeiro, D. et al. (2014). Creación de empresas y emprendimiento: de estudiante a empresario. Pearson Educación. Madrid.
- Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (2007). Creación y puesta en marcha de una empresa. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Madrid.
- Gerber, M.E. (1997). El mito del emprendedor. Por qué no funcionan las pequeñas empresas y qué hacer para que funcionen. Paidós Empresa. Barcelona.
- González, F. J. (2005). Creación de Empresas. Guía para el desarrollo de iniciativas empresariales. Ed. Pirámide. Madrid.
- Jimenez, J.A. (coord.) (2012). Creación de Empresas. Tipología de empresas y viabilidad estratégica. Ed. Pirámide. Madrid.
- Medina, A. (2012). Hoja de ruta para emprendedores. Crear una empresa en tiempos difíciles. Ed. Pirámide. Madrid.
- Enlaces complementarios. - www.emprendedores.es - www.uv.es/catDACSA - www.emprenemjunts.es - www.ceei.net - <https://www.scu.edu/mobi/espanol/2-el-plan-de-negocios/>