




UPLearning

Desarrollo de modelos de negocio innovadores

-  2, 4, 9, 11, 16 y 18 de abril
-  7:00 p. m. a 10:00 p. m.
-  iLabUP - Jr. Sánchez Cerro 2050, Jesús María



I. Descripción del taller



El taller pretende desarrollar en el participante la capacidad de identificar oportunidades de negocio y formular - a partir de ello - modelos de negocio innovadores. Los participantes desarrollarán de manera grupal -tres o cuatro miembros por equipo- un plan de negocios preliminar que les permitirá evaluar la viabilidad inicial de un modelo de negocio “**innovador**”.

El curso consta de 18 horas, distribuidas en dos sesiones de tres horas cada una por semana. Todas las sesiones tienen un carácter fundamentalmente práctico, con dinámicas grupales en cada una de las sesiones y usando técnicas y herramientas de innovación que permitan a los participantes generar modelos de negocio innovadores.

II. Objetivo del taller

Que el participante tome decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico que le permitan:

- Identificar oportunidades de negocio
- Proponer ideas y modelo de negocios innovadores
- Elaborar un primer borrador de un plan de negocios (hasta la etapa de modelado de la idea de negocios y plan de investigación de mercados)



III. Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA I: El proceso emprendedor y el proceso de innovación Generación y desarrollo de ideas de negocio en base a procesos de innovación. De la idea, al modelo y al plan de negocios

UNIDAD DIDÁCTICA II: Modelos de Negocio
El business model canvas de Osterwalder como herramienta de innovación
Tipos de modelo de negocios
Estructura y contenidos de un modelo de negocios

UNIDAD DIDÁCTICA III: El plan de negocio
Objetivo y estructura del plan de negocios
Proceso para el desarrollo de un plan de negocios

UNIDAD DIDÁCTICA IV: Análisis de oportunidades de negocio. La investigación de mercados y el uso adecuado de recursos bibliográficos y base de datos para el aprendizaje, la innovación y la investigación
El análisis de la industria y el plan estratégico

IV. Metodología de la enseñanza

Se trata de un taller muy dinámico con trabajos grupales en cada una de las sesiones y usando técnicas y herramientas de innovación que permitan a los participantes generar modelos de negocio innovadores. Todas las sesiones tienen un carácter fundamentalmente práctico que requieren de la permanente participación a través de preguntas, opiniones, sugerencias y contactos de los participantes, en un clima de diálogo y discusión constructiva.

Para que esto se dé, se requiere de una actitud abierta y flexible por parte tanto del facilitador como de los participantes, así como de respeto y valoración a la diversidad de opiniones, posturas y estilos culturalmente diferentes, todo ello dentro de los estándares de ética y valores establecidos por la universidad.

Por lo tanto para el cumplimiento de los objetivos del taller, se realizarán dinámicas grupales, trabajo colaborativo y se promoverán los debates y las discusiones.

Fuera del aula, los participantes deberán realizar investigaciones, visitas de campo, repasar la bibliografía y la teoría y hacer análisis profundos de la información recolectada para su proyecto.



V. Bibliografía y otras referencias recomendadas



Referencias

- Shane, Scott (2010) The Illusions of Entrepreneurship, 1era edición, Yale University Press.
- Mullins J y R. Komistar (2010). Mejorando el modelo de negocio. Cómo transformar el modelo de negocio en un plan B viable. Harvard Business School Publishing Corporation. Edición en español, Profit Editorial.
- Osterwalder A and Yves Pigneur (2011) Generación de modelos de negocio. Traducción de Lara Vásquez, Grupo Planeta. Tercera reimpresión, Trama Equipo Editorial, S.L.
- Varela, Rodrigo (2008). Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. 3era. Ed. Pearson Educación de Colombia, Ltda.



Páginas web

www.apoyo.com.pe
www.arellano.com.pe
www.bplans.com
www.ccr.com.pe
www.datum.com.pe
www.ethos.org.br
www.helpexport.com
www.indecopi.gob.pe

www.inei.gob.pe
www.mincetur.gob.pe
www.mintra.gob.pe
www.mypeperu.gob.pe
www.promperu.gob.pe
www.soyentrepreneur.com
www.sunat.gob.pe
www.proinversion.gob.pe

www.bloomberg.com
<http://finance.yahoo.com>
http://www.mypecompetitiva.com/download/LIBRO_PLAN_DE_NEGOCIOS.PDF
<http://www.crecemype.pe/Crecemype/docs/ESTRATEGIA.pdf>

VI. Cronograma de actividades del taller

Día 1

- Presentación del taller
- El proceso emprendedor
- El proceso de innovación
- El modelo del CANVAS
- Presentación de las ideas de negocio preliminares por parte de todos los grupos

Día 2

- Ideas del entorno
- Tendencias
- Sesión de brainstorming y design thinking
- Presentación de las ideas de negocio por parte de todos los grupos

Día 3

- La estructura del plan de negocios y el análisis estratégico.
- Presentación de las ideas de negocio por parte de todos los grupos

Día 4

- La investigación de mercados y la estimación de demanda.
- Presentación del plan de la investigación de mercados: objetivos de la investigación, qué herramientas van a utilizar para recoger información.

Día 5

- Presentación del plan de la investigación de mercados
- Presentación de las herramientas de investigación exploratoria
- Presentación de las herramientas de investigación concluyente

Día 6

- Presentación de ideas de negocio finales a un panel de expertos
Feedback y conclusiones



VII. Datos del facilitador



César Ruiz Palomino

Coach Ontológico / Docente Universitario



Coach Ontológico Integral, Bachiller en Administración, y egresado de la maestría en Finanzas Corporativas en la Universidad del Pacífico. Cuenta con 10 años de experiencia en áreas financieras de empresas de distintos rubros: consumo masivo, servicios, hidrocarburos, belleza y auditoría las cuales ha alternado los últimos 8 años con la docencia.

Actualmente es coach y consultor independiente, enfocado en proyectos educativos y sociales, coach trainee en Aser sentido escuela de formación, formador y asesor de planes de negocio en Emprende UP y docente a tiempo parcial en pregrado de los cursos: Proyecto Empresarial y Proyección Social; en la Universidad del Pacífico.



Carla Pennano:
Associate Dean at Pacifico University



Profesora de Pre y Posgrado del Departamento Académico de Administración de la Universidad del Pacífico, y miembro del Centro de Investigación de esa misma casa de estudios, consultora especializada en temas de marketing, innovación y estrategia está cursando estudios de Doctorado en la Universidad ESAN.

Magíster en Administración de Empresas con especialización en marketing y estrategia por la Universidad de Toronto, Canadá, 2007; administradora de empresas, Universidad del Pacífico, Lima, Perú, 2001.

Fue Gerente Comercial de APOYO Innovación Organizacional en Perú y Gerente de Marketing de McMillan LLP y Accenture Consulting en Toronto Canadá.

Ha trabajado como consultora para diversas empresas nacionales y transnacionales en proyectos de marketing estratégico e innovación. Además dicta los talleres de Marketing e Investigación de Mercados de Wayra - Fundación Telefónica.