



**Emprende  
UP**  
Universidad  
del Pacífico



**TALLER**

# **MODELOS DE NEGOCIO INNOVADORES**

# 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 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:

1. Identificar oportunidades de negocio
2. Proponer ideas y modelo de negocios innovadores
3. 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. CONTENIDO

## UNIDAD DIDACTICA 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 DIDACTICA 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 DIDACTICA III.

- El plan de negocio
- Objetivo y estructura del plan de negocios
- Proceso para el desarrollo de un plan de negocios

### UNIDAD DIDACTICA 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

- Shane, Scott (2010) The Illusions of Entrepreneurs-hip, 1era edición, Yale University Press.
  - Mullins J y R. Komistar (2010). Mejorando el modo 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.
- 
- [www.apoyo.com.pe](http://www.apoyo.com.pe)
  - [www.arellano.com.pe](http://www.arellano.com.pe)
  - [www.bplans.com](http://www.bplans.com)
  - [www.ccr.com.pe](http://www.ccr.com.pe)
  - [www.datum.com.pe](http://www.datum.com.pe)
  - [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)
  - [www.helpexport.com](http://www.helpexport.com)
  - [www.indecopi.gob.pe](http://www.indecopi.gob.pe)
  - [www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)
  - [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe)
  - [www.mintra.gob.pe](http://www.mintra.gob.pe)
  - [www.mypeperu.gob.pe](http://www.mypeperu.gob.pe)
  - [www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)
  - [www.soyentrepreneur.com](http://www.soyentrepreneur.com)
  - [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
  - [www.proinversion.gob.pe](http://www.proinversion.gob.pe)
  - [www.bloomberg.com](http://www.bloomberg.com)
  - <http://finance.yahoo.com>
  - [http://www.mypecompetitiva.com/download/LIBRO\\_PLAN\\_DE\\_NEGOCIOS.PDF](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 preli-minares 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 estima-ción de demanda.
- Presentación del plan de la investigación de mercados: objetivos de la investigación, qué herramientas van a utilizar para reco-ger información.

## DÍA 5

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

## DÍA 6

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

## VII. DATOS DEL FACILITADOR



### CÉSAR RUIZ PALOMINO

Docente Universitario  
Coach Ontológico

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.



**Emprende**  
**UP**  
Universidad  
del Pacífico

Universidad del Pacífico  
iLabUP - Universidad del Pacífico, Pabellón H  
Jirón Sánchez Cerro 2121, Jesús María  
(+51 1) 219-0100 anexos 2119 o 2524

[emprendeup.pe](http://emprendeup.pe)